



# Reklame og trafikkfare

VEILEDNING

Håndbok V323



### **Statens vegvesens håndbokserie får nye nummer fra 1. juni 2014.**

Håndbøkene i Statens vegvesen er fra juni 2014 inndelt i 10 hovedtema der hvert tema får sin unike 100-nummerserie. Under hvert hovedtema er håndbøkene, som før, gruppert etter normaler, retningslinjer og veiledninger. Håndbøkene får oppdaterte kryssreferanser til de andre håndbøkene i samsvar med det nye nummereringssystemet.

Se håndboksidene ([www.vegvesen.no/Fag/Publikasjoner/Handboker](http://www.vegvesen.no/Fag/Publikasjoner/Handboker)) for mer informasjon om det nye nummereringssystemet og dokument-speil som viser oversikt over nye og gamle nummer.

Det faglige innholdet er uendret. Det er kun håndboknummeret på forsiden og kryssreferanser som er endret. Nye håndboknummer influerer ikke på gyldigheten av separate kravdokumenter, som for eksempel rundskriv, som er tilknyttet håndbøkene med den gamle nummerserien.

Denne håndboken erstatter etter omnummereringen håndbok 190, Reklame og trafikkfare, 2011.

**Vegdirektoratet, juni 2014**

# Reklame og trafikkfare

Veiledning for behandling av reklame langs offentlig veg  
etter vegloven § 33 – «Reklameparagrafen»

## Håndbøker i Statens vegvesen

Dette er en håndbok i Statens vegvesens håndbokserie. Vegdirektoratet har ansvaret for utarbeidelse og ajourføring av håndbøkene.

Denne håndboka finnes kun digitalt (PDF) på Statens vegvesens nettsider, [www.vegvesen.no](http://www.vegvesen.no).

Statens vegvesens håndbøker utgis på to nivåer:

**Nivå 1:** • **Oransje** eller • **grønn** fargekode på omslaget – omfatter *normal* (oransje farge) og *retningslinje* (grønn farge) godkjent av overordnet myndighet eller av Vegdirektoratet etter fullmakt.

**Nivå 2:** • **Blå** fargekode på omslaget – omfatter *veiledning* godkjent av den avdeling som har fått fullmakt til dette i Vegdirektoratet.

Reklame og trafikkfare  
Nr. V323 i Statens vegvesens  
håndbokserie

ISBN-978-82-7207-623-7

## Forord

Denne håndboka erstatter tidligere Håndbok 190 Reklame og trafikkfare som ble utgitt i 1995. Den nye håndboka er i stor grad en videreføring av tidligere håndbok, men med nødvendige oppdateringer som følge av bl.a. endringer i regelverket i tiden etter 1995-utgaven.

Ny håndbok finnes nå også i elektronisk utgave, noe som innebærer en stor praktisk fordel både i forhold til tilgjengelighet og senere nødvendige justeringer av innholdet. Siste oppdateringer vil framgå av den til enhver tid gjeldende elektroniske utgaven.

Håndboka skal være et hjelpemiddel for ansatte i Statens vegvesen som arbeider med utendørs reklame langs offentlig veg.

Det er lagt stor vekt på den praktiske siden av behandling av reklamesaker, slik at den også bør kunne brukes som oppslagsbok og lærebok om behandling av reklamesaker. Det understrekes imidlertid at alle reklamesaker er enkeltsaker som skal behandles individuelt etter forvaltningsloven.

Håndbokas tittel - Reklame og trafikkfare - fokuserer på at Statens vegvesen skal utøve et trafikkfaglig skjønn i vurderingen om en reklame kan tillates oppsatt langs en offentlig veg eller ikke. Vegloven gir ikke Statens vegvesen hjemmel til å legge estetisk skjønn til grunn i en vurdering av om en reklame skal tillates eller ikke. En estetisk vurdering av reklame skal ivaretas gjennom plan- og bygningsloven.

Arbeidet med revisjon av håndboka er gjort av en arbeidsgruppe med deltagere fra Statens vegvesens regionvegkontorer og Vegdirektoratet. Både juridisk og teknisk kompetanse er representert i gruppa:

Kjersti Bakken (Vegdirektoratet)  
Tordis Hove Pedersen (Vegdirektoratet)  
Erling Rustad (Region sør)  
Rita Johannessen (Region øst)  
Finn Iversen (Region nord)  
Torkild Åkerset (Region vest)  
Svein Ivar Lykke (Region midt)

Illustrasjonene i håndboka er laget av Truls Lange, Civitas AS.

# Innhold

Forord	3
Innhold	4
Introduksjon	7
Hva denne håndboka dekker	7
Hvordan du bruker denne håndboka	7
Viktig å vite om bakgrunnen	9
Mål	11
<b>1 Hvilke lover og forskrifter gjelder?</b>	<b>13</b>
Veglovens bestemmelser om reklame	13
Andre lover som gjelder utendørs reklame	15
Hva regionvegkontorene skal ta stilling til	19
<b>2 Hva regnes som reklame?</b>	<b>21</b>
«Reklameskilt eller liknande innretning»	21
Hva regnes ikke som reklame?	21
Reklame på kjøretøy	22
Grense mot utsmykning	24
Reklame eller offentlig trafikkskilt?	25
<b>3 Når skal det søkes?</b>	<b>27</b>
Hovedregel og hovedunntak	27
Når er reklamen «retta mot vegtrafikken eller synleg for dei vegfarande»?	27
Ikke løyvepliktig reklame	27
Mindre vesentlig endring av løyvepliktig reklame	30
Veiledning og forhåndsvurdering	30
Uttalelse om egenreklame	30
<b>4 Hvordan kan reklame være trafikkfarlig?</b>	<b>31</b>
Vurdering av trafikkfare etter vegloven § 33	31
Hindre nødvendig fri sikt	31
Kan distrahere bilførerne	32
Kan forveksles med trafikksignal, trafikkskilt eller vegoppmerking	33

<b>5</b>	<b>Hvor kan reklame lokaliseres?</b>	<b>35</b>
	Ikke reklame på veggrunn	35
	Lokalisering av løyvepliktig reklame	35
	Egenreklame er uavhengig av lokalisering	39
	Europaveger	39
<b>6</b>	<b>Krav til den enkelte reklame</b>	<b>41</b>
	Utgangspunkt	41
	Plassering	41
	Dimensjoner	45
	Innhold og budskap	46
	Utforming	47
	Tekniske krav	50
<b>7</b>	<b>Behandling av søknad</b>	<b>51</b>
	Hvem behandler søknaden?	51
	Tid for behandling av søknad	51
	Gjennomgang av søknaden	51
	Vurdering av trafikkfare	52
	Samlet vurdering	56
	Fatte vedtak	57
	Vilkår for løyve	58
	Tidsbegrensning for løyve	60
<b>8</b>	<b>Håndheving i praksis</b>	<b>61</b>
	Sikte mot størst mulig sikkerhetsgevinst	61
	Systematisk håndheving	61
	Prioriteringer i arbeidet	62
	Likebehandling	63
	Behandling av eksisterende reklame	63
	Informasjon og samarbeid med allmennheten og reklameeierne	65
	Samarbeid med andre myndigheter	66
	Reaksjonsformer når lovens bestemmelser blir brutt	67

<b>9 Behandling av ulovlig oppsatt reklame</b>	<b>69</b>
Hva er ulovlig oppsatt reklame?	69
Vurdere trafikkfare og lovlighet	70
Ulike fremgangsmåter for fjerning	70
Hvem skal vegmyndighetene henvende seg til?	70
Forhåndsvarsel om fjerning	71
Fatte vedtak og gjøre det kjent for reklameeieren	72
Gjennomføre fjerningsvedtak	72
Fjerning som er vanskelig å gjennomføre	73
Særlig trafikkfarlig reklame	73
Ulovlig reklame på vegens eiendomsområde	74
Oppbevaring av reklamemateriellet	75
Ta betaling for dekking av kostnader	75
Makulering av reklamemateriellet	76
Bruk av entreprenører i forbindelse med oppfølgingen av reklamesaker	76
<b>10 Klage og klagesaksbehandling</b>	<b>77</b>
Hvem har klagerett?	77
Klagefristen	77
Hvilke organ er klageinstanser?	78
Klagens innhold	78
Saksforberedelse i en klagesak	79
Klageinstansens myndighet	80
Saksomkostninger	81
<b>Vedlegg 1</b>	<b>83</b>
Ulike reklameformer og -formål	83
<b>Vedlegg 2</b>	<b>95</b>
Forslag til søknadsskjema og rettleiding	95
<b>Vedlegg 3</b>	<b>101</b>
Eksempler på kunngjøringer og brev	101
<b>Vedlegg 4</b>	<b>115</b>
Lovgrunnlag	115
<b>Vedlegg 5</b>	<b>119</b>
NA-rundskriv nr. 10/10	119



# Introduksjon

## Hva denne håndboka dekker

Denne håndboka dekker all reklame langs offentlig veg. Den tar for seg hva som kan tillates med tanke på trafikkfare, vurdert ut fra et trafikkfaglig synspunkt.

Boka gjelder ikke reklame på kjøretøyer i drift, heller ikke heldekkende reklame som er blitt mer og mer vanlig på busser og drosjer. Forutsetningen er at slike kjøretøy er i drift. Hvis de blir hensatt godt synlig fra vegen i reklameøyemed, blir de betraktet som reklame på samme måte som reklameskilt, og kommer inn under de lover og regler som denne boka tar for seg.

Boka tar ikke for seg reklame med hensyn til om den er stygg eller pen, miljøskapende eller miljøskjemmende. Den tar heller ikke opp innholdet i reklamen med tanke på hva som er lovlige virkemidler i markedsføring og hva slags varer og tjenester det er tillatt å reklamere for.

## Hvordan du bruker denne håndboka

### Hvem boka er beregnet på

Håndboka er først og fremst ment å være en lærebok og praktisk oppslagsbok for:

- Saksbehandlere på regionvegkontorene som skal ta stilling til søknader om reklame
- Andre som deltar i arbeidet med kartlegging og fjerning av ulovlig reklame

For å oppnå gode resultater og forbedringer i praksis, er det viktig med et konstruktivt samarbeid både med andre offentlige myndigheter og de som skaper, selger, leier ut eller eier reklame langs vegen. Håndboka kan også være til nytte for:

- Saksbehandlere i fylkeskommunene (fylkesveger, vegloven § 33).
- Saksbehandlere i kommunene (kommunale veger, vegloven § 33, plan- og bygningsloven § 30-3)
- Reklamebyråer
- Grunneiere og gårdeiere
- De som ønsker å annonsere langs vegen

### Hvordan boka er bygget opp

Den som leser fra perm til perm vil kunne oppleve enkelte gjentakelser. Hensikten med dette er at alle brukergrupper skal finne mest mulig om emnet man søker så enkelt som mulig.

Det er forsøkt å få med så mange nyttige krysshenvisninger som mulig. Det er også gitt en del praktiske tips og henvisninger til aktuelle lover og paragrafer.

Konkret utdyping om en del konkrete reklameformer, -formål og- virkemidler står alfabetisk i Vedlegg 1. Informasjonen og vurderingene her forutsetter kjennskap til innholdet av den generelle delen av håndboka.

### **Forstå eksemplene rett**

Det er lagt vekt på å få med konkrete eksempler som er så dekkende som mulig for de poengene som skal belyses.

Siden vurderingen av lovlighet og trafikkfare er sammensatt av flere faktorer, hender det ofte at et eksempel kan være forbilledlig i ett henseende, men uakseptabelt av andre grunner. Et reklameskilt med anbefalte tekstmengder og bokstavstørrelser kan for eksempel være plassert på en trafikkfarlig måte, eller ha et budskap som kan være distraherende.

At et eksempel er omtalt som «riktig» eller «akseptabelt», betyr altså ikke at den konkrete reklamen som helhet behøver å være akseptabel, lovlig eller godkjent.

Konkrete eksempler fører nødvendigvis til at konkrete navn på annonsører og produkter kommer frem. Utvalget av eksempler er i så måte tilfeldig, og tar ikke sikte på å fremheve noen spesielt, verken som generelt bedre eller verre enn andre.

### **Individuell behandling – skjønn nødvendig**

En håndbok som denne kan ikke gi helt klare og utvetydige svar på alle tilfeller en kan møte. Omstendighetene vil variere mye fra tilfelle til tilfelle, og oppfinnsomheten blant dem som skaper reklame er stor, både på godt og vondt.

Det er helt nødvendig for regionvegkontorene å utøve eget, sunt skjønn, men med utgangspunkt i rettesnoren denne håndboka trekker opp.

Regionvegkontorene kan ikke summarisk avslå eller tillate søknader, bare med direkte henvisning til eksempler eller tilfeller som er med i denne håndboka, uten å gå konkret inn på en vurdering av den enkelte saken.

På samme måte kan heller ikke reklamesøkeren uten videre regne med å få godkjent reklame med henvisning til tilsynelatende lignende tilfeller som håndboka omtaler.

## Viktig å vite om bakgrunnen

### Et ledd i ansvaret for samfunnsverdiene

Reklamebestemmelsen i vegloven § 33 skal sikre «vegrommet» i likhet med bestemmelsene om byggegrenser, ledninger, avstand til nabo og nabos aktivitet (både i og utenfor vegloven) og avkjørsler. Reklamebestemmelsen er gitt sammen med flere andre lover som også tar sikte på å bevare de enorme samfunnsverdier som er lagt ned i vegbygg og trafikkanlegg.

### Et ledd i trafikksikkerhetsarbeidet

Selv om det skjer mange trafikkulykker, både med og uten personskafe, er trafikkulykker likevel sjeldne hendelser, sett i forhold til det totale trafikkarbeidet på 41 milliarder kjøretøykilometer hvert år.

Hvert år blir ca 8000 personskafeulykker meldt til politiet, og i disse ulykkene skades ca 12000 personer. Det er imidlertid en stor underrapportering, og tidligere innsamling av skadetall fra sykehus tilsier at det totale antallet personer som årlig skades i trafikkulykker mest sannsynlig er i størrelsesorden 40000. De totale kostnadene ved trafikkulykker er beregnet til ca 28 milliarder kroner per år. Selv om trafikkulykker er sjeldne hendelser, representerer de et stort samfunnsproblem, både menneskelig og økonomisk.

Vegtrafikksystemet består tradisjonelt av de tre komponentene trafikanten, kjøretøyet og vegen. For at det ikke skal skje en ulykke, kreves det et samspill mellom disse tre komponentene. Trafikantene må tilpasse seg vegens krav, og vegen må være tilpasset trafikantenes yteevne. Når det skjer en trafikkulykke er det et resultat av et brudd i samspillet mellom trafikanten, kjøretøyet og vegen.

En ulykke har sjelden én enkel årsak. Ulykker er som regel resultatet av en årsakskjede, der en uheldig kombinasjon av faktorer fører til en ulykke. De ulike faktorene kan knyttes til enten trafikanten, kjøretøyet eller vegen. Forskning har vist at 80-90 % av trafikkulykkene kan knyttes til faktorer som har med trafikanten å gjøre. Dette karakteriseres normalt som "menneskelig svikt", men betyr vanligvis at det er en feilhandling fra trafikantens side, hvilket i sin tur betyr at trafikanten i 80-90 % av ulykkene har brutt vegtrafikkloven eller trafikkreglene.

Trafikkbildet er ofte komplisert, og det krever høy grad av årvåkenhet fra trafikantenes side. Årsaken til at så mange ulykker kan tilbakeføres til feilhandlinger kan være uoppmerksomhet fra trafikantens side. Det vil si at oppmerksomheten ikke er så høy som situasjonen

krever. Det kan for eksempel være andre ting enn trafikken som har fanget trafikantens oppmerksomhet, eller distraheret trafikanten, i et kritisk øyeblikk.

En slik distraksjonskilde kan være reklame. Det er vanskelig å påvise i hvilken grad uoppmerksomhet skyldes distraksjon på grunn av reklame langs vegen. Men siden det er reklamens hensikt å tiltrekke seg oppmerksomhet, og betydelige beløp blir brukt for å oppnå dette, er det ikke urimelig å anta at denne hensikten til en viss grad blir oppnådd.

Det behøver ikke være slik at alle trafikanter blir distraheret av en reklame. Det behøver heller ikke være slik at distraksjon som skyldes reklame er eneste faktor i forbindelse med en ulykke. Som regel vil det være slik at distraherende reklame for noen trafikanter vil være én av flere faktorer som medvirker til at det skjer en ulykke.

Statens vegvesen har et samlet og overordnet ansvar for trafikksikkerheten i landet. Trafikksikkerhetsarbeidet er langsiktig og mangesidig. Det omfatter alt fra å bygge nye veger til å påvirke trafikantenes atferd i trafikken. Det består for en stor del i å eliminere eller redusere betydningen av risikofaktorer som kan medvirke til at ulykker skjer. Ettersom reklame kan være en slik risikofaktor, vil arbeidet med å begrense trafikkfarlig reklame være en naturlig oppgave for Vegvesenet.

### **Kort om vegloven § 33**

Bestemmelsen oppstiller bl.a.:

- Krav om løyve uansett avstand til veg
- Krav om løyve uansett tettbygd strøk eller ikke
- Hjemmel til omgående fjerning

En må ha løyve for å sette opp reklame som retter seg mot de vegfarende, uansett hvor langt fra vegen reklamen står. Unntatt fra løyveplikten er reklame for virksomhet på bygningen der virksomheten foregår.

Vegmyndighetene kan fjerne særlig trafikkfarlig reklame omgående uten forhåndsvarsel. Hovedregelen er likevel at forhåndsvarsel skal gis.

Denne håndboka utdyper kriteriene for hva som er trafikkfarlig og hvordan vurderingen av trafikkfare bør foregå.

En vedvarende opptrapping av de visuelle inntrykkene trafikantene blir utsatt for kan øke faren for trafikkulykker. Vegmyndighetene har derfor ansvar for at denne opptrappingen bremses eller stopper opp.

Vegmyndighetene må rette sin oppmerksomhet både mot den enkelte reklame og mot den totale reklame- og informasjonsmengden langs vegen.

Nærmere informasjon om bakgrunnen for endringen av vegloven § 33 fra 1. januar 1994 fremgår av Odelstingsproposisjon nr 5 (1993–94). Utdrag av denne er gjengitt i Vedlegg 4.

### **Løyveordningen skal tjene alle parter**

Løyveordningen skal være til gjensidig fordel både for samfunnet, vegmyndighetene og reklameeierne.

Løyvet skal gi reklameeieren best mulig trygghet for at reklamen som settes opp ikke brått må tas ned fordi den er trafikkfarlig, og derved unngå de negative økonomiske konsekvenser det måtte medføre.

Vegmyndighetenes arbeid med å fjerne ulovlig reklame bidrar også til å opprettholde oppmerksomhetsverdien til den reklamen som har løyve og er lovlig oppsatt.

Løyveordningen skal gi vegmyndighetene oversikt over helheten i reklamebildet langs vegen, og dermed gi bedre grunnlag for å vurdere trafikkfaren ved den enkelte reklame. Dette gir mulighet til å komme trafikkfarlig reklame i forkjøpet som betyr praktisk forebygging av trafikkfare.

### **Mål**

Målet for vegmyndighetene er å sikre at den reklamen som settes opp ikke er trafikkfarlig, og at reklame som er trafikkfarlig blir fjernet.



# 1 Hvilke lover og forskrifter gjelder?

## Veglovens bestemmelser om reklame

### § 33 – Reklameparagrafen

- Hovedregelen: Det er ikke tillatt å sette opp reklame som er rettet mot eller som er synlig for de vegfarende uten særskilt løyve fra vegmyndighetene.
- Unntak: En trenger ikke søke om løyve for å sette opp reklame for en virksomhet på bygningen der virksomheten drives – egenreklame.
- Vegmyndighetene har rett til å kreve at reklame som er trafikkfarlig eller ulovlig satt opp blir fjernet, eller selv sørge for at den blir fjernet. Også egenreklame som vegmyndighetene finner er trafikkfarlig, kan kreves endret eller fjernet.

### Vegloven § 33

«§ 33. Reklameskilt eller liknande innretning må ikkje utan løyve plasserast ved offentleg veg eller plasserast slik at dei er retta mot vegtrafikken eller er synleg for dei vegfarande. Reklameskilt eller liknande innretning som syner namnet åt ei verksemd eller kva verksemd det er, eller som på annan måte reklamerer for verksemda, kan likevel plasserast på bygningane åt verksemda utan løyve. Finn vegstyremakta at eit slikt reklameskilt eller liknande innretning er trafikkfarleg, kan ho gi påbod om å fjerne dette etter regelen i fjerde ledd.

Løyve kan gjevast inntil vidare eller for ei avgrensa tid dersom vegstyremakta finn at reklameskiltet eller innretninga ikkje vil vere trafikkfarleg. Som trafikkfarleg reklame reknar ein innretning som kan takast for trafikksignal, vegskilt eller vegmerking, eller hindre den frie sikta langs vegen, eller som kan trekkje dei vegfarande si merksemd vekk frå vegen eller trafikken.

Med sikte på å unngå fare for dei vegfarande, kan departementet sette forbod mot visse slag reklameskilt og liknande innretningar og mot å sette slike skilt og innretningar på visse stader eller ved visse vegstrekningar.

Blir reklameskilt eller liknande innretning plassert i strid med det som er fastsett i eller med heimel i denne lova, eller blir reklameskiltet eller innretninga endra slik at desse blir i strid med lova, kan vegstyremakta straks syte for at dei blir tekne bort, flytta eller endra. Den ansvarlege lyt då bere kostnaden, dersom han ikkje sjølv syter for å ta bort, flytte eller endre reklameskiltet eller innretninga innan ein fastsett frist. Dersom vegstyremakta finn det naudsynt av omsyn til trafikktryggleiken, kan førehandsvarsel etter forvaltningslova unnlatast. Varsel som gjeld mange einskilde partar kan kunngjerast i eit blad som blir vanleg lese på staden.

Avgjerd etter første, andre og fjerde ledd blir teken av regionvegkontoret for riksvegar og fylkesvegar, og av kommunen for kommunale vegar. »

Vegloven § 33 er også gjengitt i sin helhet i Vedlegg 4.

### **Vegloven § 57**

*«§ 57. Det er forbode å skade offentlig veg eller å skade eller ta bort innretning som høyrer til offentlig veg.*

*På eigedomsområdet til offentlig veg er det forbode utan løyve frå vegstyremakta*

- 1. å grave, sprengje, ta bort masser, hogge tre eller gjere anna inngrep,*
- 2. å sette reklameinnretning eller anna innretning, å legge tømmer, ved, stein, torv, byggemateriale eller anna på annan stad enn der det er laga særskilt offentleg opplagsplass til slik bruk.*
- 3. å kaste eller legge søppel, ugras e.l., eller å leide inn kloakkoatn eller drencvatn.*

*Heilt nær offentlig veg er det utan løyve av vegstyremakta forbode å legge søppel e.l. på ein slik måte at det kan verke skjemmande eller sjenerande for dei vegfarande eller for drifta av vegen.*

*Det er forbode å la dyr beite på inngjerda offentlig veg eller å tjore dyr slik at dei kan kome inn på eigedomsområdet til offentlig veg. »*

Vegloven § 57 er også gjengitt i sin helhet i Vedlegg 4.

### **Forskrift om forbud mot variabel reklame langs offentlig veg**

Reklame der innhold og budskap skifter oftere enn en gang i døgnet er forbudt langs veger utenfor tettbygd strøk. I tettbygd strøk, med fartsgrense 50 km/t eller lavere, er slik reklame bare forbudt ved rundkjøringer og signalregulerte kryss.

*«§ 1. Langs offentlig veg er det forbudt - med unntak som fremgår av § 2 - å sette opp variable reklameskilt eller lignende innretning hvor budskapet eller bildet endres eller skiftes mer enn en gang i døgnet. Forbudet gjelder uansett om vekslingen skjer mekanisk, elektronisk, optisk eller på annen måte.*

*Forbudet gjelder uten begrensning i avstand fra veg, dersom budskapet er rettet mot trafikantene eller kan oppfattes på denne måte.*



§ 2. Forbud mot variabel reklame i tettbygd strøk.

*I tettbygd strøk langs veier med fartsgrense 50 km/t eller lavere, gjelder forbud som nevnt i § 1 bare ved signalregulerte kryss og ved rundkjøringer. Etter søknad kan vedkommende vegmyndighet gi dispensasjon fra forbudet i denne paragraf.»*

§ 3 omhandler ikrafttreden og overgangsregler.

Forskrift om forbud mot variabel reklame er også gjengitt i sin helhet i Vedlegg 4.



Freiareklamen - eksempel på variabel reklame

## Andre lover som gjelder utendørs reklame

Et løyve eller en positiv uttalelse fra vegmyndighetene er som regel ikke tilstrekkelig for at søkeren kan sette opp reklamen lovlig. Også følgende lover og bestemmelser regulerer reklame langs veg:

- Vegtrafikkloven med skilteforskrifter
- Plan- og bygningsloven med kommunale vedtekter
- Politivedtekter
- Markedsføringsloven
- Granneloven
- Kulturminneloven

## Vegtrafikkloven og skiltforskrifter

Med hjemmel i vegtrafikkloven er det fastsatt skiltforskrifter som regulerer utforming og bruk av offentlige trafikkskilt, vegoppmerking og trafikksignal. Offentlige trafikkskilt skal ikke benyttes til reklameformål, men kan på bestemte vilkår benyttes til informasjon og vegvisning til bedrifter som er vanskelig å finne på annen måte.

### Vegtrafikkloven § 5, fjerde og femte ledd

*«Offentlig trafikkskilt, signal eller oppmerking må ikke brukes på eller ved veg uten tillatelse av vedkommende myndighet. Det samme gjelder skilt, signal eller oppmerking som kan forveksles med offentlige. Dersom det uten tillatelse er satt opp skilt eller signal eller foretatt oppmerking, kan dette fjernes eller kreves fjernet av myndigheten.*

*Det er forbudt å endre, fjerne eller skade offentlig trafikkskilt, signal, utstyr til kontroll av trafikk, oppmerking eller innretning for vegsperring.»*

### Skiltforskriften § 1 nr. 2

*«Det er forbudt å feste til skilt eller til annen offentlig trafikkontrollinnretning noe som ikke gjelder skiltets eller innretningens formål.»*

Disse bestemmelsene kan også benyttes for å få fjernet reklame som kan forveksles med trafikkskilt e.l., eller som er festet på skilt- eller signalstolper, selv om disse stolpene ikke står på Vegvesenets grunn.

Vegtrafikklovens og skiltforskriftens bestemmelser innebærer at utgifter til offentlige trafikkskilt på offentlig veg dekkes av vegholder. Serviceskilting og virksomhetsvisning til kommersiell virksomhet skjer etter søknad fra virksomheten, og krever innbetaling av en egenandel før skiltene blir bestilt og satt opp. Egenandelen dekker også skiltvedlikehold i fem år. Bestemmelsene om egenandeler skal ikke endre på de faglige vurderinger som skal legges til grunn for en søknad om serviceskilt eller virksomhetsvisning, jf. Håndbok N300 Trafikkskilt, Del 5. Skiltforskriftene forvaltes og håndheves av regionvegkontoret, kommunen eller politiet, avhengig av vegtype og type skilt.



Ulovlige private vegvisningsskilt - Jf. Vedlegg 1 punkt 1 "Private vegvisningsskilt"

### Plan- og bygningsloven

Plan- og bygningsloven inneholder regler om søknadsplikt for skilt- og reklameinnretninger.

Ved lovendring av 27. juni 2008 nr. 71 ble kravene til skilt og reklame i tidligere § 107 i hovedsak videreført i ny § 30-3. Bestemmelsen trådte i kraft 1. juli 2010.

Bestemmelsen angir de krav kommunen skal stille overfor alle typer skilt- og reklameinnretninger. Bestemmelsen ivaretar både estetikk og teknisk sikkerhet i forbindelse med oppsetting av reklame på bygninger og som frittstående konstruksjoner. Bestemmelsen omfatter også hensynet til trafikken, for eksempel frittstående reklameinnretninger på fortau som er til hinder for trafikken.

### Plan- og bygningsloven § 30-3

*«§ 30-3 Skilt- og reklameinnretninger*

*Skilt- og reklameinnretninger må ikke virke skjemmende eller sjenerende i seg selv, i forhold til omgivelsene eller for trafikken, eller i strid med ønsket utvikling i kommunen.*

*Tillatelse til skilt- og reklameinnretning kan gis permanent, for et bestemt tidsrom eller inntil videre. Dersom tillatelsen er gitt inntil videre, kan kommunen gi pålegg om å fjerne eller endre enhver skilt- og reklameinnretning som etter kommunens skjønn strider mot kravene i første ledd. Innretning som antas å medføre fare kan i alle tilfelle kreves fjernet ved pålegg fra kommunen.*

*Departementet kan i forskrift gi nærmere bestemmelser om materielle krav til skilt- og reklameinnretninger.»*

Det er kommunen som gir tillatelse i henhold til plan- og bygningsloven § 20-1 eller § 20-2 dersom det ikke er tale om mindre innretninger som er unntatt fra søknadsplikt etter § 20-3. Lovens kapittel 21 inneholder saksbehandlingsregler.

Kommunen har også mulighet til å regulere skiltbruk gjennom reguleringsplan.

Naturvernloven er opphevet, og bestemmelsen i denne lovens § 15 (forbud mot reklame-skilt utenfor tettbygd strøk) er ikke videreført i den nye naturmangfoldloven. Naturmangfoldloven kapittel II Alminnelige bestemmelser om bærekraftig bruk, inneholder imidlertid en del prinsipper som vil kunne ha betydning for skjønnets som skal utøves etter plan- og bygningslovens bestemmelser.

### Politivedtekter

Lokale politivedtekter har ofte bestemmelser om reklame. Det kan særlig gjelde løsfot-reklame på fortau. Regionvegkontorene bør orientere seg om lokale politivedtekter.

### Markedsføringsloven

Markedsføringsloven regulerer hvilke varer og tjenester det er tillatt å reklamere for og hvilke virkemidler som det er lov å bruke i markedsføringen.

Markedsføringsloven forvaltes av Markedsrådet og Forbrukerombudet.

### **Granneloven**

Reklame kan komme i strid med granneloven dersom den er urimelig eller unødvendig til skade eller ulempe for naboen.

### **Kulturminneloven**

Kulturminneloven § 3 setter forbud mot inngrep i automatisk fredede kulturminner, og vil derfor kunne innebære restriksjoner med hensyn til plassering av reklame mv. Fylkeskommunen er myndighet etter § 3.

### **Andre lover som gjelder saksbehandlingen**

Følgende lover, som ikke regulerer reklame spesielt, kommer inn i bildet når regionvegkontorene skal behandle reklamesaker og fjerne ulovlig reklame:

- Forvaltningsloven
- Tvangsfullbyrdelsesloven

De delene av disse lovene som kan være aktuelle, er nærmere beskrevet i kapittel 9.

## **Hva regionvegkontorene skal ta stilling til**

Regionvegkontorene skal ta stilling til om en reklame er trafikkfarlig eller ulovlig i henhold til vegloven § 33 og 57 (eventuelt vegtrafikkloven/skiltforskriften). Regionvegkontorene skal ikke fungere som et generelt «reklamepoliti» langs vegen, og skal ikke ta stilling til reklame i henhold til de andre lovene som gjelder reklame. Samtidig skal de ikke unnlate å ta stilling til reklame som kommer inn under vegloven, med henvisning til at tilfellet dekkes av andre lover og instanser.



Reklamesegl for entreprenører - løyvepliktig

## 2 Hva regnes som reklame?

### «Reklameskilt eller liknande innretning»

Vegloven § 33 bruker begrepet «reklameskilt eller liknande innretning». I denne håndboka brukes ordet reklame for å dekke det samme.

Reklame er alle ytringer som har til hensikt å fremme bestemte kommersielle, politiske eller ideelle interesser eller kunngjøre private meninger eller hendelser.

Det er ikke avgjørende hvilken ytringsform eller hvilke virkemidler som er brukt. Reklame kan med andre ord omfatte langt mer enn tekst på plakater og skilt. Det kan også være bilder, symboler, figurer, ballonger, vimpler, flagg, lys osv. Nasjonalflagg og -vimpler er ikke å oppfatte som reklame.

Det er heller ikke avgjørende om formålet er å selge noe, eller om formålet er av mer ideell art.

Budskap som «Furumo camping 2 km», «Nei til atomvåpen», «Bli blodgiver», «Hold Norge rent» og «Stem Arbeiderpartiet» regnes alle som reklame.

Det spiller heller ikke noen rolle om reklamen er fast montert eller ikke, om den står på egne stativ eller på bygningsmessige konstruksjoner.

### Ytringsfrihet og reklame

Når vegmyndighetene for eksempel avslår en søknad om løyve til reklame som har form av politiske ytringer, innebærer det ingen sensur av selve meningsinnholdet i ytringen. Et slikt avslag er begrunnet i trafikkfaren, og betyr at ytringen ikke kan fremføres på det aktuelle stedet på den bestemte måten uten fare for andres liv og helse.

### Hva regnes ikke som reklame?

Følgende regnes ikke som reklame:

- Offentlige kunngjøringer
- Nøkterne adresseskilt
- Skilt som regulerer trafikken på tilstøtende privat veg

Av Ot.prp. nr. 5 (1993-94) Om lov om endringer i veglov 21. juni 1963 nr. 23 framgår det at begrepet reklame ikke omfatter offentlige kunngjøringer, offentlige trafikkskilt eller skilt satt opp av vegmyndighetene med opplysninger om tiltak vedrørende vegen som kan være av interesse for trafikantene.

Nøkterne adresseskilt er skilt som bare nøytralt identifiserer en eiendoms veg- eller gate-adresse.

Skilt som regulerer ferdselen på en tilstøtende privat veg er for eksempel «Privat veg», «Ingen gjennomkjøring», eller «Adgang forbudt».

### Reklame på kjøretøy

Vanlig reklame på kjøretøy som er i bruk kommer ikke inn under veglovens bestemmelser om reklame. Heller ikke heldekkende reklame, som er blitt mer og mer vanlig på busser og drosjer.



Reklame på bil i bruk



Forutsetningen er at slike kjøretøy er i drift. Hvis de blir hensatt godt synlig fra vegen, og funksjonen åpenbart er mer å anse som reklame enn som kjøretøy, blir de betraktet som reklame. At det er hjul på understellet som reklamen er festet på, gjør ikke reklamen mer til kjøretøy enn til reklame. I et slikt tilfelle har det ingen betydning hvor kort eller lenge reklamen/kjøretøyet står stille på samme sted.



Tilhenger hensatt i reklameøyemed

## Grense mot utsmykning

En klar og entydig grense mellom reklame og utsmykning kan i noen tilfeller være vanskelig å trekke.

Et kunstverk eller en utsmykning kan regnes som reklame når det åpenbart formidler ytringer som har til hensikt å fremme bestemte kommersielle, politiske eller ideelle interesser eller kunngjøre private meninger eller hendelser.

Momenter som kan tale for at man står overfor utsmykning og ikke reklame kan være:

- Den er laget i ett eksklusivt eksemplar
- Den inneholder ikke budskap i klartekst
- Den fremmer ikke direkte kommersielle interesser
- Den er som helhet av dekorativ karakter
- Den er ikke et ledd i en organisert kampanje

### Beskyttelse av åndsverk

Alle kunstverk og mye av reklamen er åndsverk og derfor beskyttet av åndsverkloven. Om reklamen er åndsverk, har ikke betydning når vegmyndighetene skal bedømme trafikkfaren. Er reklamen trafikkfarlig, skal vegmyndighetene kreve den fjernet eller endret, uavhengig av om det er åndsverk.

### Eksempel - EU-kua ved E16 i Valdres

EU-kua i Valdres sto i fokus før folkeavstemmingen om norsk medlemskap i november 1994. På en låvevegg langs E16 i Valdres ble det sommeren 1994 malt et bilde av en ku, en budeie i karikatur av statsminister Gro Harlem Brundtland og en melkebøtte med en krans av 10 gule stjerner. Veggmaleriet dekket ca 100 m<sup>2</sup> av låveveggen. Låven var omlag 30 meter fra vegen, og maleriet var derfor godt synlig fra vegen. Saken endte til slutt i Valdres namsrett, der retten i sin kjennelse av 21. november 1994 slo fast at EU-kua ikke var reklame.

Se også melding fra Vegdirektoratet datert 30. mai 1995.



EU-kua ved E16 i Valdres

## Reklame eller offentlig trafikskilt?

Bedrifter som har trafikkfarlig eller annen ulovlig reklame skal ikke få tillatelse til å benytte offentlig service- eller vegvisningsskilt. Dersom slike reklameskilt senere blir satt opp, kan tillatelsen trekkes tilbake og trafikkskiltene fjernes.

Det kan være et akseptabelt behov for å kunne reklamere for forhold som ikke dekkes opp av de normerte serviceskiltene. Bedrifter som selv sørger for forhåndsinformasjon med reklameskilt, bør normalt ikke få forvarsel med service- eller vegvisningsskilt.

Bedrifter som ligger godt synlig fra vegen, med reklame på husvegg eller på frittstående mast eller stativ, bør vanligvis bare få serviceskilt eller vegviser når det er vanskelig å oppdage riktig avkjørsel i tide.

Vegmyndighetene bør gå i dialog med reklameeier/den som ønsker offentlig service- eller vegvisningsskilt, med sikte på å finne en hensiktsmessig løsning.

Se Håndbok N300 Trafikkskilt, Del 5 Serviceskilt og virksomhetsvisning.

**Hva gjør Vegvesenet med allerede oppsatt serviceskilting hvis bedriften setter opp reklame?**

Følgende forhold må vurderes:

- Er det tatt forbehold om dette i tillatelsen for serviceskilting?
- Fungerer reklamen som forvarsel om stedet?
- Vil fjerning av serviceskilt medføre trafikkfare/problem?
- Vil fjerning av skilt medføre problem for andre bedrifter?

## 3 Når skal det søkes?

### Hovedregel og hovedunntak

■ **Hovedregelen:**

Det må søkes om løyve for å sette opp all reklame som er rettet mot eller som er synlig for de vegfarende.

■ **Hovedunntak:**

En trenger ikke søke om løyve for å sette opp reklame for en virksomhet på bygningen der virksomheten drives – egenreklame.

### Når er reklamen «retta mot vegtrafikken eller synleg for dei vegfarande»?

Vegloven bruker uttrykket «retta mot vegtrafikken eller synleg for dei vegfarande». I prinsippet gjelder loven all reklame som kan sees av dem som trafikkerer vegen, enten de kjører, sykler eller går. Reklamens avstand til vegen har ingen betydning her.

Langs riks- og fylkesveger er reklame som i praksis bare kan oppfattes av dem som sykler eller går, ikke regnet å være rettet mot vegtrafikken.

Dersom reklamen er så liten eller plassert på en slik måte at trafikantene i praksis ikke har rimelig mulighet til å oppfatte innholdet i den, kan den ikke sies å være rettet mot vegtrafikken.

### Ikke løyvepliktig reklame

Reklame kan være unntatt løyveplikt på to ulike grunnlag:

- 1) Egenreklame: Reklame for en virksomhet på bygningen der virksomheten drives.
- 2) Eksisterende reklame som ikke var løyvepliktig etter de reglene som gjaldt da den ble satt opp.

Siden vegmyndighetene har plikt og rett til å bedømme trafikkfaren også ved egenreklame, må det likevel knyttes visse betingelser til egenreklamen. Disse betingelsene er forklart nærmere nedenfor.

Vegmyndighetene kan ikke kreve at det søkes om løyve for eksisterende reklame som ikke var løyvepliktig etter de reglene som gjaldt da den ble satt opp. Dette gjelder reklame i tettbygd strøk og reklame utenfor tettbygd strøk som står mer enn 30 meter fra vegens midtlinje, og som var satt opp før endringen av vegloven § 33 tok til å gjelde den 1. januar 1994.

### Egenreklame – reklame for egen virksomhet på egen bygning

Reklame som samsvarer med kriteriene nedenfor er egenreklame, og dermed ikke løyvepliktig:

- Virksomheten det reklameres for, må foregå i bygningen der reklamen står.  
Virksomheter som eier, fremleier eller leier en bygning, kan ikke sette opp reklame på bygningen uten løyve hvis virksomheten ikke faktisk foregår der. En kan for eksempel ikke leie en tom bygning og sette opp reklame uten løyve.
- Reklamen må stå på bygningen, ikke være festet på eget frittstående stativ eller mast.

Vegmyndighetene har rett og plikt til å kreve endring eller fjerning av reklame som er trafikkfarlig, enten den er løyvepliktig eller ikke.

De som skal sette opp egenreklame bør derfor på forhånd søke råd og veiledning hos regionvegkontoret angående mulig trafikkfare, og regionvegkontorene bør oppfordre dem til det.



Egenreklame

### Egenreklame i forbindelse med store kjøpesentre

Firmaer og forretninger i store kjøpesentre har i utgangspunktet ikke løyveplikt på egenreklame på bygningen. Antallet og plasseringen av egenreklamen kan imidlertid være av et slikt omfang at vegmyndighetene kan gripe inn og kreve endringer ut fra en samlet trafikkfaglig bedømmelse av forholdene på stedet. Aktuelle forslag til endringer er:

- Kun tillatelse til å benytte kjøpesenterets egnavn og åpningstid, ingen annen egenreklame på bygningsfasadene. Kan gjelde ved Europaveger samt langs motorveger og motortrafikkveger med meget stor trafikk.
- All egenreklame plassert i reklametårn utenfor bygningsfasaden og i umiddelbar nærhet av denne. Samarbeid med og godkjenning hos kommunens bygningsmyndigheter er nødvendig før tillatelse gis til plassering av reklametårn.



Mye reklame som kan virke distraherende

## Mindre vesentlig endring av løyvepliktig reklame

Hvis en skal gjøre en mindre vesentlig endring i en reklame som har løyve fra før, trenger en ikke å søke om det. En mindre vesentlig endring er:

- Forandre et navn, ord eller en pris på et skilt når størrelsen og omfanget av reklamen ellers ikke endres.
- Skifte kampanjeplakater på godkjente reklametavler – boards.

## Veiledning og forhåndsvurdering

Statens vegvesen har en alminnelig veiledningsplikt innenfor sitt saksområde, uavhengig av om saken munner ut i et vedtak eller ikke. Plikten omfatter veiledning om innholdet i reklamebestemmelsen og praksis, samt regler for saksbehandling, særlig om reklameeiers rettigheter og plikter etter forvaltningsloven.

Reklameeier kan i spesielle tilfeller ha behov for å få forhåndsvurdert om han vil få løyve. Når forholdene ligger tilrette for det, bør Vegvesenet ikke stille seg avvisende til slike henvendelser.

For å avgi en forhåndsvurdering, må plassering og utforming av reklamen beskrives like nøyaktig som ved en ordinær løyvesøknad. Det er derfor viktig for begge parter å være oppmerksom på at det kan gå med like mye tid som ved en ordinær løyvebehandling. Det er for eksempel nødvendig med samme gjennomgang av trafikkfaren som ved en søknad.

Tips: Husk å sjekke om det foreligger planer som endrer forholdene på stedet!

Normalt bør en positiv forhåndsvurdering ikke gjelde lengre enn ett år. Tilsagn om løyve er avhengig av at forholdene på stedet ikke endres.

## Uttalelse om egenreklame

Den som ønsker å sette opp egenreklame kan kontakte Vegvesenet lokalt for å få en vurdering av om reklamen er trafikkfarlig.



## 4 Hvordan kan reklame være trafikkfarlig?

### Vurdering av trafikkfare etter vegloven § 33

Reklame kan være trafikkfarlig som følge av en eller flere av forholdene under.

- Sikthindringsfare ved at reklamen hindrer den frie sikten langs vegen eller i vegkryss (jf. Håndbok N100 Veg- og gateutforming)
- Distraksjonsfare ved at reklamen i for stor grad trekker trafikantenes oppmerksomhet bort fra trafikken eller fra trafikkskilt og -signaler
- Forvekslingsfare ved at reklamen forveksles med offentlige trafikkskilt eller signaler (jf. Håndbok N300 Trafikkskilt)

Det er ikke bare hver enkelt reklames utforming og budskap som er avgjørende. Også sammenhengen den står i har stor betydning. Dette kan for eksempel være trafikkmengden, trafikkmønsterets vanskelighetsgrad og den totale informasjonsmengden trafikantene møter på stedet.

En reklame som blir bedømt til å være trafikkfarlig, behøver ikke være det til enhver tid og på ethvert sted.

### Hindre nødvendig fri sikt

Reklameskilt eller innretninger som hindrer den nødvendige frie sikten for bilførere eller andre trafikanter kan:

- Skjule farer eller potensielle farer som fotgjengere, syklister, andre kjøretøyer og dyr
- Skygge for offentlige skilt eller trafikksignaler
- Forårsake at trafikantene blir blendet



Reklame som kan være sikthindrende

## Kan distrahere bilførerne

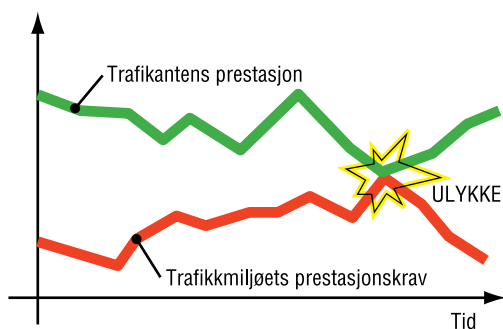
Reklame langs veg er utformet og plassert for å fange trafikantenes oppmerksomhet. Reklame kan være trafikkfarlig når bilførers oppmerksomhet i for stor grad blir trukket bort fra vegen og trafikkmiljøet. Reklamen kan ha svært oppsiktsvekkende størrelse, form eller budskap. Faren kan være knyttet til flere forhold. Reklamen kan:

- Ha for stor total informasjonsmengde for trafikantene å forholde seg til
- Være for tidkrevende å oppfatte
- Trekke oppmerksomheten for langt ut til siden eller vekk fra vegen
- Gi blendingsfare
- Oppfordre til spontane, farlige kjøremåter, – for eksempel brå oppbremsing

Trafikkfare oppstår når bilfører eller andre trafikanter ikke fullt ut mestrer de krav det totale veg- og trafikkmiljø stiller til vedkommende. I verste fall kan det føre til trafikkulykker.

Figur 4.1 gir en forenklet fremstilling av hvordan trafikantens prestasjonsevne og trafikkmiljøets krav til prestasjon kan variere. Prestasjonsevnen er avhengig av slikt som tretthet, humør og ytre påvirkning. Trafikkmiljøets prestasjonskrav er knyttet til slikt som hastighet, trafikk tetthet, kryss, kurver, glatte veger om vinteren og uforutsette hendelser. Når trafikkmiljøets krav til prestasjon blir større enn trafikantens prestasjonsevne, kan trafikkulykker skje.

Trafikkulykker har sjelden én enkel årsak. I de aller fleste tilfeller er det en rekke faktorer som medvirker til en ulykke. Dette er faktorer knyttet til trafikanten, kjøretøyet eller vegen. Dersom en av disse medvirkende faktorene elimineres, kan det være nok til at ulykken ikke skjer. I de fleste tilfeller er menneskelig svikt én av flere faktorer som medvirker til en ulykke. Denne svikten kan imidlertid være det siste leddet i en årsakskjede, der for eksempel veg- eller trafikkmiljøet er komplisert og stiller store krav til trafikantene.



Figur 4.1 Hvordan trafikantens prestasjonsevne og trafikkmiljøets krav til prestasjon kan variere

Trafikksikkerhetsarbeidet dreier seg bl.a. om å eliminere veg- og trafikkmiljøets medvirkning til menneskelig svikt.

Reklame er en faktor som kan bidra til økt ulykkesrisiko dersom den plasseres eller utformes slik at den konkurrerer om trafikantens oppmerksomhet. Dette vil særlig gjelde når det øvrige veg- og trafikkmiljøet har behov for trafikantens fulle oppmerksomhet.

Ved vurdering av distraksjonsfare må det tas utgangspunkt i en trafikant som ikke er kjent på stedet, og som ser reklamen for første gang. Videre må det tas i betraktning at vær- og føreforhold ikke alltid er ideelle.



Mye fasadereklame

### Kan forveksles med trafikksignal, trafikkskilt eller vegoppmerking

Reklame som ved utforming og plassering kan forveksles med trafikkskilt, kan være trafikkskilt på grunn av:

- Likhet i utforming
- Likhet i innhold og budskap
- For sterk visuell konkurranse



Reklame bak skilt kan virke distraherende

### Tekniske krav til reklamen

I forbindelse med behandlingen av reklamesøknaden må man også se på tekniske krav til reklamen (se kapittel 7).

## 5 Hvor kan reklame lokaliseres?

### Ikke reklame på veggrunn

Reklame på veggrunn eller grunn som brukes til vegformål er ikke tillatt uten løyve fra vegmyndighetene. Dette gjelder selve vegbanen, vegskuldre, grøfter, skjæringer og fyllinger, samt byggverk i tilknytning til vegen som bruer, grunder, støyskjermer og dessuten luftrommet over vegen. Dette gjelder også gang- og sykkelveger. Grunnlaget for dette er vegmyndighetenes råderett over veggrunnen, sammenhold med vegloven § 57 annet ledd nr. 2), og er uavhengig av vegloven § 33 «Reklameparagrafen».



Ulovlig løsfotreklame ved rundkjøring / gangfelt

I enkelte tilfeller – i forbindelse med festivaler o.l. – kan vegmyndighetene tillate reklame på veggrunn for en kortere periode, dersom de finner at den ikke er trafikkfarlig.

### Lokalisering av løyvepliktig reklame

#### Ulikt rom for reklame på ulike strekninger

Sikthindringsfare og forvekslingsfare må bedømmes like strengt for all reklame, uavhengig av lokalisering på forskjellige vegstrekninger.

Distraksjonsfaren vil derimot variere med lokaliseringen. Jo større krav trafikkmiljøet stiller til trafikantene, desto mindre ledig kapasitet har de til å motta de tilleggsinntrykkene som reklame utgjør. Faren for at en bilfører skal bli distraheret av en enkelt reklame er i og for seg like stor eller like liten uansett ved hvilken veg reklamen står. Men faren for at slik distraksjon skal føre til ulykker, øker når hastigheten er høy og trafikkmiljøet er krevende.

### **Inndeling av vegnettet i tre soner**

Det enkelte regionvegkontor bør foreta en avklaring av hvilken holdning en skal ha til reklame langs forskjellige vegstrekninger. Opplegget som er beskrevet under kan benyttes for inndeling av vegnettet i tre soner. Den foreslåtte inndelingen i soner er veiledende, og det kan være nødvendig å gjøre lokale vurderinger og tilpasninger.

#### **■ Grønn sone**

Vegstrekninger med rom for løyvepliktig reklame. De generelle kravene til plassering, dimensjoner, innhold/budskap, utforming og tekniske krav til den enkelte reklame må likevel gjelde.

#### **■ Gul sone**

Vegstrekninger med begrenset rom for løyvepliktig reklame. Mengden løyvepliktig reklame bør begrenses, og det må stilles strengere krav til plasseringen av den. De spesielle kravene i gul sone er beskrevet i kapittel 6.

#### **■ Rød sone**

Vegstrekninger der det ikke er rom for løyvepliktig reklame. Høy tillatt hastighet kombinert med krevende trafikkmiljø gjør at det ikke er rom for løyvepliktig reklame her. Kapittel 6 og kapittel 7 bygger på at vegnettet er sonedelt på denne måten.

### **Kriterier for soneinndeling**

Soneinndelingen tar utgangspunkt i fartsgrensen på strekningen og hvor krevende trafikkmiljøet er.

Trafikkmiljøet regnes som krevende når trafikk- og kjøremønsteret er krevende og sammensatt. Høy trafikk tetthet i forhold til vegens standard, høy tetthet av egenreklame langs vegen og høy ulykkesfrekvens kan gjøre trafikkmiljøet ytterligere krevende.

Kriteriene anvendes på denne måten og ordnet i denne rekkefølgen:

#### ■ **Krevende trafikkmonster**

Strekninger der det er mange kryss og avkjøringer kombinert med hyppig veksling av kjørefelt, svingefelt samt av- og påkjøringsramper. Andel av gående og syklende skal inngå i vurderingen av om det er et krevende trafikkmonster. Krevende trafikkmonster er alene grunn til strengere holdning til løyvepliktig reklame, slik figur 5.1 viser.

#### ■ **Høy trafikk tetthet i forhold til vegens standard**

Strekninger med krevende trafikkmonster blir ytterligere krevende når trafikk tettheten også er høy i forhold til vegens standard. Normalt er ikke høy trafikk tetthet alene grunn for strengere holdning.

#### ■ **Høy tetthet egenreklame**

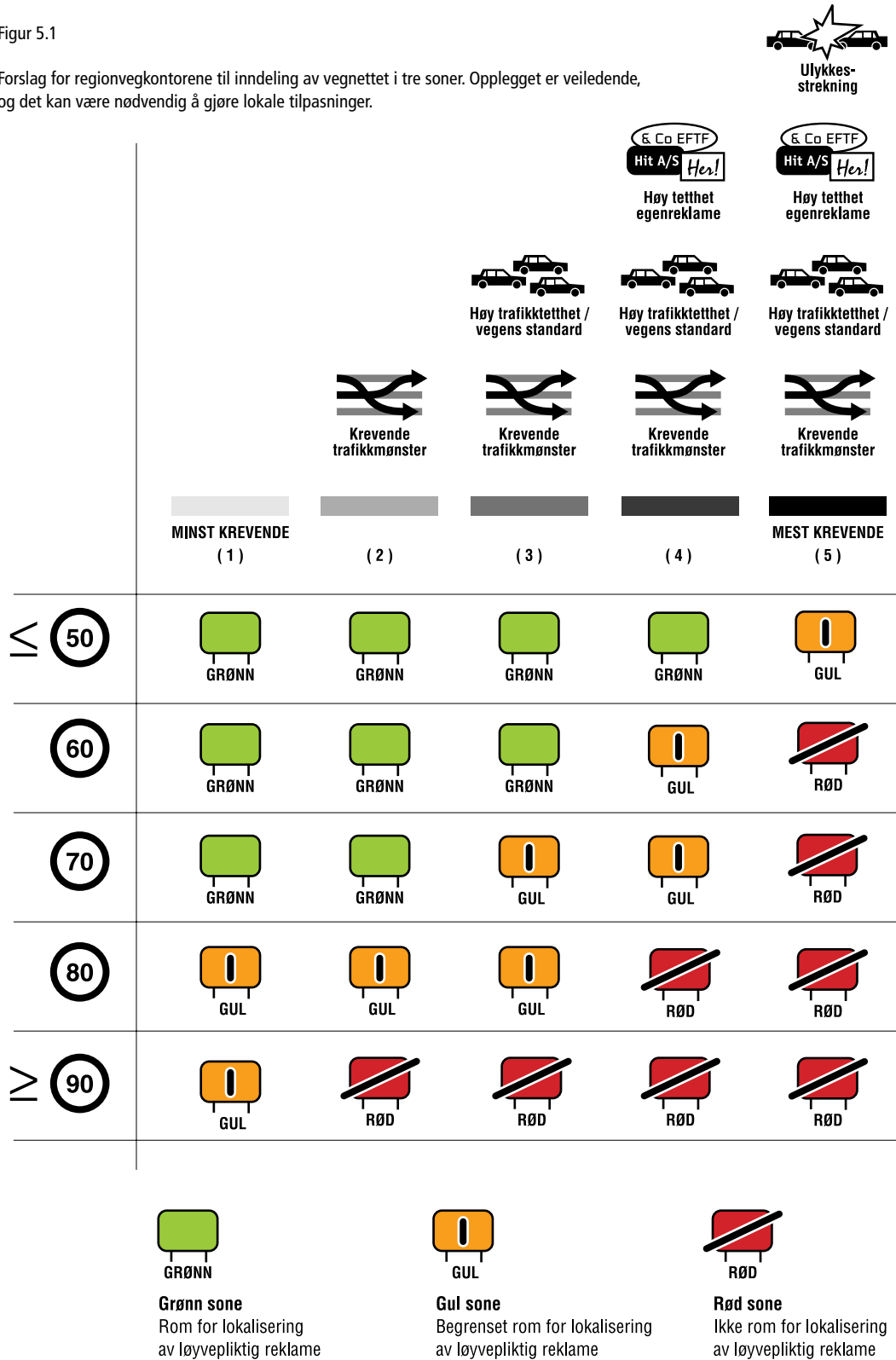
Miljøer med mange næringsbygg eller mange næringsvirksomheter langs vegen. Dette kan gjøre trafikk miljøet ytterligere krevende når det samtidig både er krevende trafikkmonster og høy trafikk tetthet i forhold til vegens standard. Normalt vil ikke høy tetthet av egenreklame alene gjøre trafikk miljøet mer krevende.

#### ■ **Ulykkesstrekninger**

En ulykkesstrekning er definert som en strekning på 1000 meter der det i løpet av de siste fem år har skjedd ti eller flere politiregistrerte personskadeulykker (jf. Håndbok V723 Analyse av ulykkessteder). Når vegstrekninger med krevende trafikkmonster, høy trafikk tetthet i forhold til vegens standard samt høy tetthet av egenreklame også er ulykkesstrekninger, gir det grunn til den strengeste holdning til løyvepliktig reklame.

Figur 5.1

Forslag for regionvegkontorene til inndeling av vegnettet i tre soner. Opplegget er veiledende, og det kan være nødvendig å gjøre lokale tilpasninger.





## Egenreklame er uavhengig av lokalisering

Egenreklame er ikke løyvepliktig, uansett langs hvilken veg eller vegstrekning bygningen er lokalisert, men vegmyndigheten har rett og plikt til å gripe inn dersom den er trafikkfarlig.

De lokale bygningsmyndigheters krav etter plan- og bygningsloven gjelder likevel fullt ut også for egenreklame.

Se også ikke løyvepliktig reklame i kapittel 3



Egenreklame

## Europaveger

Norge har sluttet seg til «Europeisk avtale om internasjonale hovedtrafikkårer» (AGR-avtalen), jf. St. prp. nr 73 (1991–92). Avtalen fastlegger hvilke veger som skal være europaveger, og setter krav til merking, utformings- og vedlikeholdsstandard. I avtalen heter det: «Av estetiske og sikkerhetsmessige grunner bør kommersiell annonsering nær internasjonale veger unngås.»

Den trafiksikkerhetsmessige siden ved denne bestemmelsen er ivaretatt ved forslaget til sonedeling av vegnettet og de generelle retningslinjene for reklame langs veg som denne håndboka trekker opp. Europaveger kan derfor betraktes på lik linje med andre veger.

Den estetiske siden ved denne bestemmelsen skal ivaretas av andre myndigheter enn vegmyndighetene, jf. plan- og bygningsloven.



Ulovlig reklame på gjerde langs E18



Ulovlig reklame ved E6

## 6 Krav til den enkelte reklame

### Utgangspunkt

Reklame som er rettet mot vegtrafikken, bør være så lett å oppfatte som mulig. Det vil si at reklamen ikke trekker oppmerksomheten vekk fra vegen og trafikkbildet mer enn strengt tatt nødvendig. Dette gjelder også egenreklame.

### Plassering

Krav til plassering av all reklame

#### ■ Frisikt til farer

Reklame må ikke plasseres slik at den hindrer nødvendig fri sikt for eksempel i kryss, ved avkjørsler, fotgjengerfelt, bussholdeplasser og på steder der det er sannsynlig at barn leker eller vilt krysser vegen. Nødvendig fri sikt regnes i henhold til gjeldende vegnormaler (Håndbok N100), også i forhold til private avkjørsler. Reklamen må ikke skjule mulige farer langs vegen for bilførerne.

#### ■ Frisikt til trafikkskilt etc.

Reklame må ikke plasseres slik at den hindrer sikt til trafikksignaler, trafikkskilt eller vegoppmerking.

#### ■ Avstand til trafikkskilt etc.

Reklame må ikke plasseres så tett inntil eller så tett bak trafikksignaler, trafikkskilt eller vegoppmerking at det kan forstyrre trafikantenes evne til å oppfatte dem. Det bør være større avstand ved høyere fart.

Det bør for eksempel ikke stå en reklame rett bak et vikepliktskilt, slik at det danner en uklar bakgrunn for skiltet, særlig ikke hvis reklamen inneholder former og farger som kan ligne på vikepliktskiltet.

#### ■ Hele reklamen synlig

Hele reklamen bør være synlig for trafikanten, og ikke være delvis tildekket av andre reklameskilt, parkerte biler, bygninger, vegetasjon eller snø.

De trafikantene som ikke velger å overse reklamen, bør slippe å bruke tid på å finne ut av hva det er de ser, eller hva det kan tenkes å dreie seg om. Hele stativet eller konstruksjonen reklamen er festet til, trenger ikke være synlig.

### **Krav til plassering av all løyvepliktig reklame**

- Reklame skal ikke plasseres ved ulykkespunkter.

Et ulykkespunkt er definert som et kryss eller en strekning på 100 meter der det i løpet av de siste fem år har skjedd fire eller flere politiregistrerte personskadeulykker.

- Reklame bør ikke plasseres i forbindelse med rundkjøringer, kanaliserte eller lys-regulerte kryss eller gangfelt.

Slike punkter på vegen krever spesiell konsentrasjon av trafikantene.

- Reklame bør ikke plasseres der vegen er uoversiktlig på grunn av høybrekk (bakke-topp) eller skarp kurve.

Slike punkter på vegen krever spesiell konsentrasjon av trafikantene.

- Reklame bør ikke plasseres like før eller like etter tunnelåpninger.

Øyet trenger en viss tid for å venne seg til brå forandringer i lysforholdene, slik det skjer når man kjører ut og inn av tunneler. Dette krever en viss konsentrasjon.

- Avstand til andre blikkfang

Reklame bør ikke plasseres på steder der andre spesielle blikkfang eller severdigheter tro- lig trekker til seg mange trafikanters oppmerksomhet – storslåtte utsiktspunkter og natur- opplevelser, nasjonale byggverk, kjente konstruksjoner eller monumenter. Slike steder kan i seg selv representere en distraksjonsfare som naturligvis ikke kan unngås, og som derfor heller ikke bør forsterkes av reklame. Faren er størst der blikkfang og severdigheter kommer brått på trafikantene.

### **Krav til plassering av løyvepliktig reklame i gul sone**

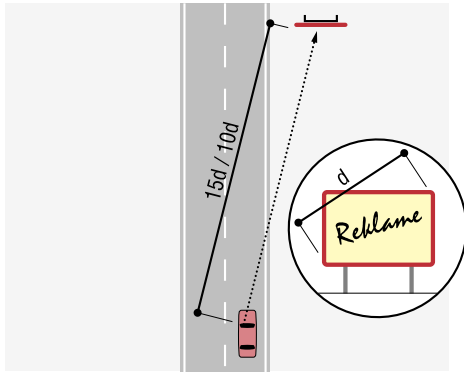
- Begrenset reklametetthet

Løyvepliktig reklame bør stå med en slik avstand mellom seg at bilistene får et begrenset antall reklamer i synsfeltet av gangen. Ny reklame i samme område må vurderes ut fra eksisterende egen- og løyvepliktig reklame. Poenget er at bilistene skal passere én reklame før det er aktuelt å lese en ny.

- Synlighet på avstand

Hele reklamen bør komme til syne for trafikantene på en minsteavstand i forhold til rekla- mens størrelse. I 50–60 km/t-sone bør minsteavstanden være minst 10 ganger, og i 70–90 km/t-sone minst 15 ganger den største synlige dimensjonen reklamen har. Reklamen må synes tydelig til den forsvinner ut av det naturlige synsfelt. Se figur 6.1.

Reklame bør ikke komme for brått på trafikantene. Trafikantene trenger tid til å velge om de vil overse reklamen eller ikke.

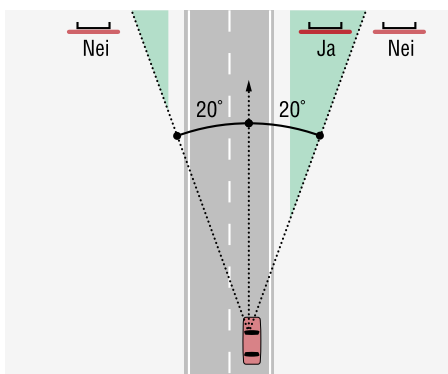


Figur 6.1 Anbefalt minimumsavstand som reklamen skal komme til syne på

#### ■ Plassering nær naturlig synslinje

Reklamen bør ikke stå for langt til siden for trafikantenes naturlige synslinje i det øyeblikk den blir leselig for dem. Plassering innenfor en vinkel på 20 grader til hver side for en rett linje forover på vegen kan aksepteres. Se figur 6.2.

Jo lengre ut til siden trafikantene må flytte blikket eller snu på hodet for å oppfatte reklamen, jo større er risikoen for at de mister viktig informasjon om trafikkbildet.

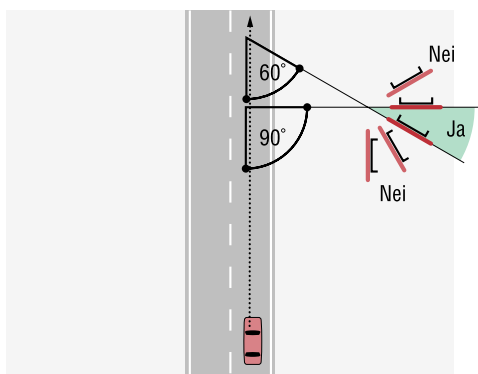


Figur 6.2 Anbefalt synsfelt reklamen skal stå i når den kommer til syne

### ■ Vinkel til vegen

Tekst og/eller billedflater på reklamen bør ikke plasseres i en spissere vinkel enn 60 grader i forhold til den naturlige synslinje bilisten bør ha forover på vegen på det tidspunktet reklamen blir synlig for ham. Se figur 6.3.

Jo lengre ut til siden trafikantene må flytte blikket eller snu på hodet for å oppfatte reklamen, jo større er risikoen for at han mister viktig informasjon om trafikkbildet.



Figur 6.3 Anbefalte vinkler for tekst- og billedflater i forhold til trafikantens naturlige synslinje forover

### ■ Reklame skal ikke plasseres ved gangfelt

Slike punkter på vegen krever spesiell oppmerksomhet av trafikantene.



Leskurreklame

#### ■ Reklame ved bussholdeplasser

Etter søknad kan det etableres reklame på selve leskuret langs riks- og fylkesveger dersom nærmere bestemte vilkår er oppfylt, jf. kap. 11.5.7 i Håndbok V123 Tilrettelegging for kollektivtransport på veg. Generelt sett vil vegloven § 33 og Håndbok V323 gjelde ved Vegvesenets behandling av søknader om reklame på leskur. Dette innebærer at det må gjøres en konkret vurdering av trafikkkaren forbundet med reklame på det aktuelle leskuret.

### Dimensjoner

■ Reklame bør ikke ha så store dimensjoner at størrelsen i seg selv kan virke spesielt oppsiktsvekkende.

Generelt er det ikke grunn til å tro at reklame alltid blir mer trafikkkfarlig jo større den er. Men blir den oppsiktsvekkende og uvanlig stor, er det rimelig å anta at selve dimensjonen kan føre til distraksjon hos trafikantene. Som regel vil graden av distraksjonsfare trolig også være avhengig av andre sider ved reklamens utforming. For eksempel vil en uvanlig stor tredimensjonal figur oftest vekke mer oppsikt enn en plakat av samme størrelse.

## Innhold og budskap

- Innholdet i reklamen må ikke oppfordre trafikantene til å foreta brå kjøremåner eller direkte henlede oppmerksomheten vekk fra trafikken

«Stopp», «Brems», «Sving av til venstre her», «Se hotellet på høyre hånd» og lignende må ikke forekomme. Pilsymboler, eller andre symboler som oppfordrer til lignende handlinger, bør heller ikke tillates. Skal pilsymboler inngå i reklamen, skal de så langt som mulig brukes i samsvar med reglene som gjelder for offentlig vegskilting.

Vær oppmerksom på at priseksempler på varer eller tjenester i egenreklame langs vegen også kan forårsake brå og farlig oppbremsing

- Hver enkelt reklame bør normalt inneholde et selvstendig, avsluttet budskap

Teksten eller innholdet bør ikke henlede oppmerksomheten videre på neste eller følgende reklamer. «Fortsettelse på neste skilt» eller lignende bør ikke forekomme.

- En reklame bør ikke inneholde mer enn åtte ord, symboler, bilder og tallkombinasjoner til sammen

Med «en reklame» menes reklame som er slik plassert og utformet at den naturlig oppfattes som en samlet enhet. En logo med et navn ved siden av er for eksempel «en reklame», selv om de to rent fysisk ikke henger sammen.





Med symboler menes for eksempel logo og varemerker. Logoer og varemerker som er landskjente og godt innarbeidet, er trolig lettere å oppfatte enn ren tekst.

Kjente firma- og produktnavn som settes i logoform kan også sees på som ett symbol, selv om de inneholder flere ord. Når reklamen inneholder slike symboler, kan en godkjenne større informasjonsmengde enn når den inneholder lange ord i ren tekst. Reklamer med et visuelt ryddig totalinntrykk tåler større informasjonsmengde enn et uryddig.

- Reklamen bør ikke inneholde vanskelige ord og tallkombinasjoner.

Åttesifrede telefonnummer, e-postadresser og webadresser inntatt som tilleggsopplysninger i reklame er trolig vanskelig å oppfatte. Hvis slike inngår i reklamen, må det antas at hensikten er at de ikke bare skal oppfattes av trafikanten, men også huskes. En bør derfor normalt ikke godkjenne dette der hastigheten er høyere enn 50 km/t.

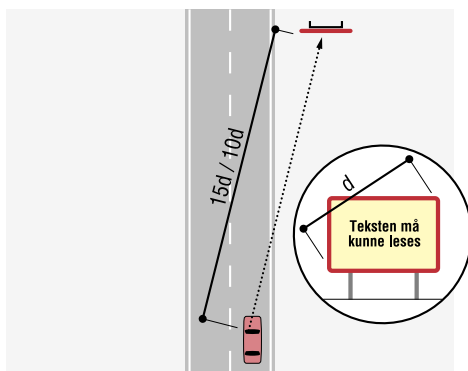
## Utforming

- Reklamen må ikke som helhet ha tekst, skrifttyper, symboler, fargekombinasjoner og form som gjør at den kan forveksles med offentlige skilt.
- Reklamen må ikke ha en utforming og/eller ordlyd som kan få trafikantene til å anta at de står overfor en trafikkmelding fra vegmyndighetene.

### Bokstavstørrelser og lesbarhet

- Lesbar på avstand

Tekst og bilder bør være tydelig lesbart på en minsteavstand i forhold til reklamens størrelse. I 50–60 km/t-sone bør minsteavstanden være 10 ganger, og i 70–90 km/t-sone 15 ganger den største synlige dimensjonen reklamen har. Hvis reklamen også inneholder mindre tekst som ikke er lesbar på denne avstanden, bør denne lille teksten være så liten at man må helt nær innpå for å kunne lese den. Se figur 6.4 og 6.5.



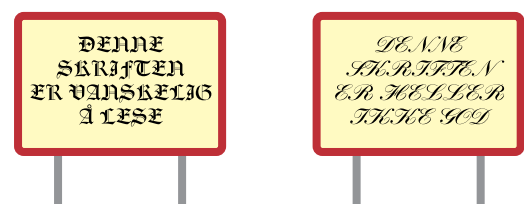
Figur 6.4 Sammenheng mellom leseavstand og anbefalte bokstavstørrelser.

Leseavstand	Teksthøyde
0–15 meter	35 mm
16–30 meter	70 mm
31–45 meter	105 mm
46–60 meter	140 mm
61–75 meter	175 mm
76–90 meter	210 mm
91–120 meter	280 mm
121–150 meter	350 mm
151–180 meter	420 mm

Figur 6.5  
Sammenheng mellom leseavstand og anbefalte bokstavstørrelser.  
(Håndbok N300 Trafikkskilt Del 1)

■ Skriftpyper bør være enkle og lettlesle

Spesielle, «dekorative» eller «hjemmelagde» skriftpyper kan ofte være for vanskelige å lese og bør unngås. Også enkelte varemerker eller logoer kan inneholde slike skriftpyper. I de fleste tilfeller bør slike likevel kunne aksepteres.



Figur 6.6 Eksempler på vanskelig lesbare skriftpyper

■ Det bør være god kontrast mellom teksten og bakgrunnen den står på.

Farger

■ Reklamen bør ikke ha fluorescerende – «selvlysende» – farger.

Med fluorescerende farger menes for eksempel fargene 801–807 i fargesystemet Pantone.

- Flater på reklamekonstruksjonen som ikke inneholder reklame men er eksponert mot vegtrafikken, bør ha nøytral farge som for eksempel grå, mørk grønn eller mørk brun.

Dette gjelder for eksempel baksiden av frittstående reklametavler, som ofte vil være synlig for trafikken som kjører i den andre retningen.

### Materialer

- Reklamen skal ikke bestå av reflekterende materialer.

Reflekterende materialer lignende dem som benyttes i offentlige trafikkskilt, skal ikke tillates. Speil eller hele glassfronter bør også unngås, da de kan forårsake blanding, særlig når sola står lavt på himmelen.

### Effektbruk

- Reklamen bør ikke inneholde livaktige figurer eller situasjoner som kan skape umiddelbar frykt hos trafikantene eller vekke helt uvanlig oppsikt.

Eksempel: Livaktig menneskefigur som tilsynelatende er i ferd med å falle ned fra en bygning eller en konstruksjon.

- Reklamen bør ikke inneholde tvetydige bilder, optiske bedrag eller spesielle optiske effekter.

Trafikantene skal ikke trenge å bruke unødig tid på å lure på hva det er de faktisk ser, eller bli spesielt opptatt av effektbruken.

### Belysning

- Reklamen bør ikke være opplyst eller lysende langs vegstrekninger der det ikke er gate- og vegbelysning.

Unntak kan gjøres for egenreklame på egen bygning.

- Opplyst eller lysende reklame bør ikke ha et lysnivå som er høyere enn det generelle lysnivået i omgivelsene.

Reklamen bør ikke fremstå for trafikantene som spesielt mer lyskraftig enn andre lysende elementer i omgivelsene.

- Dersom reklamen er belyst eller lysende, skal lyset ikke tennes eller slukkes mens det er mørkt.

## Tekniske krav

- Reklamen må være forsvarlig festet og forankret.

Innenfor vegens sikkerhetssone gjelder egne krav ift. påkjøringsfare, se Håndbok N101 Rekkverk og vegens sideområder og Håndbok R310 Trafikksikkerhetsutstyr.

Midlertidig reklame som segl, bannere og lignende må være festet slik at de ikke kan blåse ned på vegbanen selv i kraftig vind.

Bygningsmyndighetene vil sette krav til faste konstruksjoner.

- Reklamen må vedlikeholdes.

Vedlikeholdet må gjelde så vel konstruktive deler som reklameflatene. Eksponerte reklameflater må ikke forfalle slik at for eksempel tekst og budskap blir utvisket og vanskelig å oppfatte.

- Reklameeieren skal kunne identifiseres.

Reklamekonstruksjonen skal inneholde reklameeierens navn slik at det er mulig for vegmyndighetene som kommer på stedet å identifisere eieren. I forbindelse med løyvet må det derfor kreves at reklamen/reklamekonstruksjonen skal merkes.



Reklame som kan være distraherende og påkjøringsfarlig.

## 7 Behandling av søknad

Dette kapitlet gir en trinnvis gjennomgang av søknadsbehandlingen, slik den bør foregå på regionvegkontorene. Gjennomgangen omfatter søknaden, vurdering av trafikkbaren, samlet vurdering, vedtak om løyve eller avslag samt vilkår og tidsbegrensning for løyve.

### Hvem behandler søknaden?

Søknad om løyve sendes regionvegkontoret i den regionen der reklamen ønskes satt opp. Dersom samme reklame ønskes satt opp i flere regioner, sendes søknad til alle de aktuelle regionene. Dette gjelder når reklamen retter seg mot riks- og fylkesveg.

Når reklamen retter seg mot kommunal veg, skal søknaden sendes kommunen.

### Tid for behandling av søknad

Etter forvaltningsloven har søkeren krav på å få søknaden behandlet uten ugrunnet opphold. I praksis vil dette si innen 3–4 uker, jf. Forvaltningsloven § 11a.

Dersom henvendelsen ikke kan besvares i løpet av en måned etter at søknaden er mottatt, skal søkeren ha melding om dette. Det skal så vidt mulig angis når svar kan ventes.

### Gjennomgang av søknaden

En systematisk gjennomgang av spørsmålene i rekkefølge slik de står i dette og de følgende avsnitt, skal sikre en betryggende behandling av søknaden. Det vises for øvrig til punkt om «Vilkår for løyve til reklametavler».

- Gir søknaden tilstrekkelig informasjon til å behandle den?  
Ja: Fortsett.  
Nei: Be søkeren om den informasjonen som mangler.
- Er dette å betrakte som reklame?  
Ja: Fortsett.  
Nei: Gi melding til søkeren om at han ikke trenger søke.
- Er reklamen løyvepliktig?  
Ja: Fortsett.  
Nei: Gi melding til søkeren om at han ikke trenger søke.

- Retter reklamen seg mot vegtrafikken eller er den synlig for de vegfarende?  
Ja: Fortsett.  
Nei: Gi melding til søkeren om at han ikke trenger søke.
- Er reklamen rettet mot riks- eller fylkesveg?  
Ja: Fortsett, regionvegkontoret skal behandle saken og fatte vedtak  
Nei: Send saken til rette instans i kommunen som skal behandle den, og gi søkeren melding om dette.
- Gjelder reklamen stedlig virksomhet som allerede har offentlig serviceskilting?  
Ja: Normalt bør det vises varsomhet med å åpne for både serviceskilt og reklame, jf. kapittel 2 under "Reklame eller offentlig trafikkskilt". Ta kontakt med søkeren og underrett om at reklamen og serviceskiltingen etter gjeldene regler utelukker hverandre. Avklar om han likevel opprettholder reklamesøknaden.  
Nei: Fortsett.

## Vurdering av trafikkfare

- Plasseres reklamen på veggrunn?  
Ja: Normalt avslag eller krav om flytting, sammenhold med vegloven § 57 annet ledd nr. 2.  
Nei: Fortsett.
- Omfattes reklamen av forskrift om variabel reklame?  
Ja: Avslag hvis reklamen står ved rundkjøringer, signalregulerte kryss eller der fartsgrensen er mer enn 50 km/t.  
Nei: Fortsett.

## Lokalisering av løyvepliktig reklame

- Er reklamen lokalisert i en sone der det er rom for løyvepliktig reklame?  
Ja: Hvis GRØNN SONE, fortsett med punktet «Plassering av løyvepliktig reklame»  
Hvis GUL SONE, fortsett med punktet «Plassering av løyvepliktig reklame i gul sone»  
Nei: Avslag.

## Plassering av løyvepliktig reklame i gul sone

- Er reklamen plassert slik at trafikantene får et tilstrekkelig begrenset antall reklamer i synsfeltet samtidig?  
Ja: Fortsett.  
Nei: Avslag eller krav om flytting.
- Vil reklamen være synlig for trafikantene på tilstrekkelig avstand?  
Ja: Fortsett.  
Nei: Avslag eller krav om flytting.

- Er reklamen plassert tilstrekkelig nær naturlig synslinje forover?  
Ja: Fortsett.  
Nei: Avslag, krav om flytting eller teller negativt i helhetsvurderingen.
- Er reklame plassert innenfor anbefalte vinkler i forhold til trafikantens naturlige synslinje?  
Ja: Fortsett.  
Nei: Avslag eller krav om endring.
- Er reklamen plassert ved bussholdeplass eller gangfelt?  
Ja: Avslag, krav om flytting eller teller negativt i helhetsvurderingen.  
Merknad: se Håndbok V123 Tilrettelegging for kollektivtransport på veg. Det åpnes her, på visse vilkår, for å tillate reklame på selve leskuret.  
Nei: Fortsett.

#### **Plassering av løyvepliktig reklame**

- Er stedet et ulykkespunkt?  
Ja: Avslag eller krav om flytting.  
Nei: Fortsett.
- Er reklamen plassert i forbindelse med rundkjøring, kanalisert eller lysregulert kryss eller gangfelt på riks- eller fylkesveg?  
Ja: Avslag, krav om flytting eller teller negativt i helhetsvurderingen  
Nei: Fortsett.
- Er reklamen plassert ved for skarpt høybrekk eller for krapp kurve?  
Ja: Avslag, krav om flytting eller teller negativt i helhetsvurderingen.  
Nei: Fortsett.
- Er reklamen plassert ved eksisterende store blikkfang?  
Ja: Avslag, krav om flytting eller teller negativt i helhetsvurderingen.  
Nei: Fortsett.
- Er reklamen plassert like før eller etter tunnelåpning?  
Ja: Avslag, krav om flytting eller teller negativt i helhetsvurderingen.  
Nei: Fortsett.

#### **Plassering av all reklame**

- Er reklamen plassert slik at den kan hindre fri sikt i henhold til gjeldende vegnormaler, lekende barn eller vilt?  
Ja: Avslag eller krav om flytting/endring  
Nei: Fortsett.

- Kan plasseringen hindre fri sikt til trafikklyssignaler, trafikkskilt eller vegmerking?  
Ja: Avslag eller krav om flytting/endring  
Nei: Fortsett.
- Kan plasseringen forstyrre evnen til å oppfatte trafikklyssignaler, trafikkskilt eller vegmerking?  
Ja: Avslag eller krav om flytting/endring  
Nei: Fortsett.
- Vil hele reklamen være synlig for trafikanten?  
Ja: Fortsett.  
Nei: Avslag, krav om endring eller teller negativt i helhetsvurderingen.

#### **Dimensjoner**

- Vil reklamen virke oppsiktvekkende stor på stedet?  
Ja: Avslag, krav om endring eller teller negativt i helhetsvurderingen.  
Nei: Fortsett.

#### **Innhold og budskap**

- Oppfordrer reklamen trafikantene til brå kjøremåter, eller henleder den oppmerksomheten direkte vekk fra trafikken?  
Ja: Avslag eller krav om endring.  
Nei: Fortsett.
- Inneholder reklamen et selvstendig, avsluttet budskap?  
Ja: Fortsett.  
Nei: Avslag eller krav om endring.
- Utsetter reklamen trafikantene for uvanlig sterke følelsesmessige inntrykk?  
Ja: Avslag eller krav om endring.  
Nei: Fortsett.
- Inneholder reklamen tilstrekkelig få ord, bilder, symboler og tallkombinasjoner?  
Ja: Fortsett.  
Nei: Avslag, krav om endring eller teller negativt i helhetsvurderingen.
- Inneholder reklamen vanskelige ord eller tallkombinasjoner?  
Ja: Avslag, krav om endring eller teller negativt i helhetsvurderingen.  
Nei: Fortsett.



**Utforming**

- Kan reklamens form føre til forveksling med offentlige skilt?
  - Ja: Avslag eller krav om endring
  - Nei: Fortsett.
  
- Har reklamen form og ordlyd som kan forveksles med en trafikkmelding?
  - Ja: Avslag eller krav om endring
  - Nei: Fortsett.
  
- Er reklameteksten og -bilder lesbar på tilstrekkelig avstand?
  - Ja: Fortsett.
  - Nei: Avslag, krav om endring eller teller negativt i helhetsvurderingen.
  
- Er skrifttyper tilstrekkelig enkle og lettleste?
  - Ja: Fortsett.
  - Nei: Avslag, krav om endring eller teller negativt i helhetsvurderingen.
  
- Er det god nok kontrast mellom teksten og bakgrunnen den står på?
  - Ja: Fortsett.
  - Nei: Avslag, krav om endring eller teller negativt i helhetsvurderingen.
  
- Har reklamen fluorescerende – «selvlysende» – farger?
  - Ja: Avslag eller krav om endring.
  - Nei: Fortsett.
  
- Består reklamen av reflekterende materialer?
  - Ja: Avslag eller krav om endring.
  - Nei: Fortsett.
  
- Inneholder reklamen livaktige bilder eller situasjoner som kan skape umiddelbar frykt hos trafikantene eller vekke helt uvanlig oppsikt?
  - Ja: Avslag eller krav om endring.
  - Nei: Fortsett.
  
- Inneholder reklamen tvetydige bilder, optiske bedrag eller spesielle optiske effekter?
  - Ja: Avslag, krav om endring eller teller negativt i helhetsvurderingen.
  - Nei: Fortsett.
  
- Hvis reklamen er lysende eller belyst, har vegstrekningen der den skal stå vegbelysning?
  - Ja: Fortsett.
  - Nei: Avslag eller krav om endring. Unntak kan gjøres for egenreklame på egen bygning.

### Tekniske krav

- Består reklamen og - reklamekonstruksjonen av tilstrekkelig bestandige materialer?  
Ja: Fortsett.  
Nei: Avslag eller krav om endring.
  
- Skal reklamen og - reklamekonstruksjonen stå innenfor sikkerhetssonen til vegen? Ja: Egne krav gjelder i henhold til Håndbok R310 N101.

### Spesielle forhold

- Er det spesielle forhold ved denne reklamen som ikke kommer til uttrykk ved gjennomgangen ovenfor?  
Ja: Vurder disse forholdene, og bring dem inn i en samlet vurdering som positive eller negative.  
Nei: Fortsett.

### Samlet vurdering

Foreta en samlet, skjønnsmessig vurdering av eventuelle forhold som teller negativt i helhetsvurderingen, og sammenhold dem med eventuelle spesielle forhold ved reklamen som bør telle positivt.

- Tilsier en samlet vurdering at reklamen er trafikkfarlig?  
Ja: Fortsett  
Nei: Det bør fattes vedtak om løyve.  
I tvil: Dersom reklamen kan sies å være til nytte for de vegfarende, bør løyve kunne innvilges. Med nytte for de vegfarende menes nytte trafikantene kan ha i kraft av at de trafikkerer vegen der og da. Eksempel kan være stedlig teknisk assistanse på bilen, servering, overnatting, innkjøp av mat og drikke, finne frem til spesielle arrangementer eller lignende. Tilbud om varer og tjenester som er rettet mot alle og enhver i samfunnet, er i denne forbindelsen ikke å betrakte som «nyttige for de vegfarende».
  
- Kan trafikkfaren reduseres tilstrekkelig dersom det foretas helt bestemte og begrensede endringer i reklamen eller plasseringen av den?  
Ja: Det bør kunne gis løyve under forutsetning av at disse endringene foretas. Ta kontakt med søkeren og undersøk om vedkommende kan akseptere disse endringene.  
Nei: Det bør fattes vedtak om avslag.

## Fatte vedtak

### Vedtak om løyve

Vedtak om løyve skal inneholde:

- Hjemmel for vedtaket
- Beskrivelse av reklamen og plasseringen
- Vedtaksmyndighet
- Vilkår for løyve
- Tidsbegrensningen for løyve
- Frist for oppsetting av reklamen uten å søke på nytt

Vedtak om løyve bør også inneholde begrunnelse for tillatelsen.

Utforming og plassering må angis nøyaktig i løyvet. Hvis det vises til kart, må kartet dateres og legges ved vedtaket.

Gis det løyve som ikke er i overensstemmelse med søknaden, må avviket begrunnes, og det må opplyses om klageadgang og -regler på samme måte som ved avslag.

Det bør opplyses spesielt om at regionvegkontoret bare har gitt løyve etter vegloven, og ikke vurdert om reklamen er i strid med andre lover eller bestemmelser. Hvilke lover dette gjelder bør opplyses.

Dersom regionvegkontoret varsler eller sender kopi av søknaden eller løyvet til andre aktuelle instanser, bør søkeren underrettes om dette.

Hvis løyvet innebærer at Vegvesenet kommer til å fjerne eksisterende serviceskilting når reklamen blir satt opp, bør det varsles om dette.

### Begrunnet vedtak om avslag

Vedtak om avslag skal inneholde:

- Hjemmel for vedtaket
- Konkret vurdering og begrunnelse for avslaget
- Vedtaksmyndighet
- Opplysninger om klageadgang, klagefrist, klageinstans og framgangsmåten ved klage. (Jf. Forvaltningsloven § 27 og skjema «Melding om rett til å klage over forvaltningsvedtak».)

Det er viktig at vurderingen og begrunnelsen omhandler den aktuelle reklamen konkret, og ikke bare er av generell art.

Dersom regionvegkontoret varsler eller sender kopi av søknaden eller avslaget til andre aktuelle instanser, bør søkeren underrettes om dette.

Dersom reklamen gjelder stedlig virksomhet, bør regionvegkontorene undersøke om virksomheten tilfredsstillende kravene til offentlig serviceskilting. Hvis det er tilfelle, og slik skilting ikke allerede finnes, bør vedtaksbrevet inneholde tilbud om dette.

## Vilkår for løyve

Det bør stilles vilkår for løyve. Dersom vilkårene ikke etterleves, kan det fattes vedtak om fjerning av reklamen.

### Vilkår for alle løyver

- Flater på reklamekonstruksjonen som ikke inneholder reklame, men er eksponert mot vegtrafikken, skal ha nøytral farge som for eksempel grå, mørk grønn eller mørk brun. Dette gjelder for eksempel baksiden av frittstående reklametavler som ofte vil være synlig for trafikken som kjører i den andre retningen.
- Opplyst eller lysende reklame skal ikke ha et lysnivå som er høyere enn det generelle lysnivået i omgivelsene. Reklamen skal ikke fremstå for trafikantene som spesielt mer lyskraftig enn andre lysende elementer i omgivelsene.
- Dersom reklamen er belyst eller lysende, skal lyset ikke tennes eller slukkes mens det er mørkt.
- Reklamen må vedlikeholdes. Vedlikeholdet skal gjelde så vel konstruktive deler som reklameflatene. Eksponerte reklameflater skal ikke forfalle slik at for eksempel tekst og budskap blir utvisket og vanskelig å oppfatte.
- Reklamen skal fjernes av eieren så snart innholdet mister sin aktualitet. Reklame for virksomheter som er avviklet eller varer og tjenester som ikke lenger er tilgjengelig, skal ikke forstyrre trafikantene unødige.

- Reklameeieren skal kunne identifiseres på stedet.  
Reklamekonstruksjonen skal inneholde reklameeierens navn, adresse og telefonnummer, slik at det er mulig for vegmyndighetene som kommer på stedet å identifisere eieren. Dette bør utføres i liten skrift, slik at det ikke fremstår som en «ekstra» reklame, men likevel er tydelig når en kommer helt innpå.
- Vegmyndighetene skal til enhver tid kjenne reklameeierens identitet.  
Dersom løyvehaver senere «overdrar» løyvet til andre, for eksempel i forbindelse med salg av firma, skal vegmyndighetene underrettes, slik at de til enhver tid vet hvem som er ansvarlig for at løyvevilkårene etterleves.

#### Vilkår for løyve til reklametavler/reklameboards

Det kan gis løyve til reklametavler for reklameplakater som stadig skiftes ut med nye. Slike plakater kan være kampanjeplakater som i en gitt tid er spredt over et geografisk, spesifisert område, eller tilbudsplakater hos stedlige virksomheter.



Reklameboards

I slike tilfeller er naturlig nok ikke innhold, budskap og utformingen av plakatene med i vurderingen når løyvet gis.

For slikt løyve bør det stilles følgende vilkår:

- Reklamens innhold, budskap og utforming skal være i samsvar med lov, forskrifter og retningslinjer for reklame langs offentlig veg.

Skifte av plakater på slike plasser regnes som en mindre vesentlig endring i reklamen, og en trenger ikke søke om det.

## Tidsbegrensning for løyve

Med hensyn til varighet kan løyve etter vegloven gis på to måter:

- For et begrenset tidsrom
- Inntil videre

### Løyve for et begrenset tidsrom

Løyve for et begrenset tidsrom bør gis for:

- Reklame som har innhold med en bestemt tidsbegrenset aktualitet.  
Eksempel kan være reklame for lokale festivaler, sesongvarer og informasjon om pågående bygg og anlegg.
- Reklame på steder der Vegvesenet eller andre myndigheter har tidfestede planer om endringer som kan påvirke grunnlaget for løyvet.  
Eksempel kan være utvidelse av vegen eller omlegging av trafikken.

Det er viktig at regionvegkontoret undersøker om det foreligger planer om endringer på stedet som kan påvirke grunnlaget for løyvet. Hvis det er tilfelle, bør løyvet gis for et begrenset tidsrom dersom planene er vedtatt og tidfestet.

Når det gis tidsbegrenset løyve, må det søkes på nytt ved tidsbegrensningens utløp dersom løyvet skal forlenges.

### Løyve inntil videre

Løyve inntil videre bør gis til reklame som ikke omfattes av grunnlaget for tidsbegrenset løyve.

I praksis vil det innebære et varig løyve dersom ikke situasjonen på stedet endres, løyvevilkårene ikke etterleves, eller vegmyndighetene endrer regler og retningslinjer for reklame langs offentlig veg.

Hvis vegmyndighetene vet om eller har planer om forandringer på stedet som kan endre grunnlaget for løyvet, bør søkeren få opplysning om hvilke planer som foreligger.

### Varsle andre instanser

Når Vegvesenet gir løyve bør andre aktuelle instanser varsles med kopi av vedtaket.

### Oversikt over løyver

Vegvesenet skal journalføre løyvesakene.

## 8 Håndheving i praksis

### Sikte mot størst mulig sikkerhetsgevinst

Vegmyndighetenes engasjement når det gjelder reklame langs vegen er et ledd i trafikk-sikkerhetsarbeidet. Kreftene skal derfor settes inn på en slik måte at man oppnår størst mulig sikkerhetsgevinster i forhold til ressursene som blir brukt.

I tilfelle det kan være nødvendig å prioritere mellom flere mål og virkninger, bør den generelle prioriteringen av målene være slik:

- 1 Trafikksikkerhet
- 2 Likebehandling
- 3 Generell håndheving av løyveplikten



Reklame som kan distrahere.

### Systematisk håndheving

Vegmyndighetenes arbeid med reklame langs vegen bør legges opp som en kontinuerlig prosess. Skippertak kan virke uheldig dersom de er tilfeldige og ikke et ledd i et planlagt, langsiktig arbeid.

### Inndeling av vegnettet i soner

Regionvegkontorene bør skaffe seg et generelt grunnlag for å behandle søknader om reklame ved å dele opp vegnettet i soner, slik det er beskrevet i kapittel 5. Det bør utarbeides egne kart over vegnettet som viser hvilken sone de ulike strekninger er klassifisert i. Sone- delingen og kriteriene som gjelder i de ulike sonene bør være tilgjengelig for reklamesøkerne.

### **Registrering av reklame langs vegnettet**

For å gi grunnlag for betryggende behandling av sakene, er det også nødvendig å ha god oversikt over den faktiske situasjonen langs vegnettet med tanke på eksisterende reklame. Likeledes hva som er status for de enkelte reklamer med tanke på løyve. Dette kan være ressurskrevende, men en kommer trolig langt om en konsentrerer seg om strekninger og områder der reklame er mest aktuelt og utbredt.

En mulighet er å kartlegge reklamen langs vegnettet ved hjelp av videoopptak med bestemte mellomrom. Statens vegvesens vegbilder kan eventuelt brukes for å se reklame langs veg.

### **Rutevise og områdevis aksjoner**

Rutevis eller områdevis gjennomgang av vegnettet er å foretrekke fremfor å gripe tilfeldige enkelttilfeller. Det bør legges planer for hvilke strekninger som skal gjennomgås samt når og med hvilken hyppighet det skal skje. Fortsetter ruten inn i et annet fylke, bør det skje en samordning av innsatsen for å sikre lik behandling.

### **Prioriteringer i arbeidet**

Av ulike kategorier reklame bør arbeidet følge denne prioriteringen:

- 1 Særlig trafikkfarlig reklame  
Reklame som er så farlig at den krever omgående fjerning uten forhåndsvarsel
- 2 Trafikkfarlig reklame  
Reklame som er trafikkfarlig uavhengig om den er løyvepliktig eller ikke – inkludert egenreklame på egen bygning
- 3 Annen ulovlig reklame  
Løyvepliktig reklame som er satt opp uten løyve, men som ikke ansees å være trafikkfarlig

Ved rute- og områdevis gjennomgang av vegnettet, bør vegene med størst trafikk prioriteres høyst. Bedret trafiksikkerhet har størst verdi der den berører mange trafikanter. Dette er naturlig nok samtidig strekningene der ønsket fra annonsørene om å ha reklame er størst.



## Likebehandling

At alle reklamer og reklameeiere blir behandlet likt, er avgjørende for å vinne allmenn forståelse for håndheving av reglene. I praksis vil det imidlertid være nær sagt umulig å rekke over all ulovlig reklame samtidig. Dette må aksepteres, selv om det feilaktig skulle bli oppfattet av søkere og reklameeiere som manglende likebehandling.

For å fremme best mulig likebehandling, bør regionvegkontorene:

- Følge den systematiske gjennomgangen av skjønnets for bedømming av trafikkfaren som denne håndboka trekker opp.
- Ikke trekke inn kriterier som hører inn under andre myndigheters ansvarsområde i vurderingen av trafikkfaren.
- Samle saksbehandlingen på få, bestemte personer som får god opplæring og opparbeider erfaring, fremfor å spre den på flere personer.
- Være åpne for at det tidligere kan ha vært truffet uheldige avgjørelser som følge av utilstrekkelige retningslinjer eller opplæring. En er ikke forpliktet til å følge tidligere uheldige avgjørelser.
- Behandle Vegvesenets egne reklameskilt etter de samme kriterier som andre reklamesøkere og -eiere.

### Vegvesenets bruk av opplysningsskilt og evt. reklame

Vegvesenets opplysningsskilt som varsler om veganlegg kommer ikke inn under reklame-begrepet i vegloven. Det vises her til Håndbok N300 Trafikkskilt Del 3 om opplysningstavle 560 og Håndbok N301 (Arbeid på og ved veg), kapittel om varsling, hvor det er gitt retningslinjer. Regionvegkontorene må sørge for at retningslinjene følges med enklest mulig budskap.

Vegvesenets reklameskilting skal være i tråd med retningslinjene som blir praktisert for reklame.

## Behandling av eksisterende reklame

### Reklame som ikke var løyvepliktig da den ble satt opp

Vegmyndighetene kan ikke kreve at det søkes om løyve for eksisterende reklame som ikke var løyvepliktig etter de reglene som gjaldt da den ble satt opp. Dette gjelder reklame i tettbygd strøk og reklame utenfor tettbygd strøk som står mer enn 30 meter fra vegens midtlinje, og som var satt opp før endringen av vegloven § 33 tok til å gjelde den 1. januar 1994.

Denne reklamen er likevel ikke unntatt fra vurderingen av trafikkfare som vegmyndighetene må gjøre. Slik reklame kan altså aldri være ulovlig på grunn av manglende løyve, men den er ulovlig dersom den bedømmes til å være trafikkfarlig.

### **Reklame som har stått upåtalt i mange år**

Vegmyndighetene har ingen tidsfrist på seg for å påtale trafikkfarlig reklame. Reklame som har stått upåtalt i mange år, kan også kreves fjernet. Regionvegkontorene bør imidlertid være åpne for at det i en del tilfeller kan virke urimelig, dersom det ikke er endrede forhold på stedet som gjør at reklamen nå er blitt trafikkfarlig.

### **Lempe på sonekravene for eksisterende reklame**

Forslaget til sonedeling av vegnettet er særlig et redskap for å kunne begrense den totale reklamemengden og økningen av den langs ulike vegstrekninger på en systematisk måte. Når mengden bør begrenses, skyldes det at distraksjonsfaren øker med den totale reklamemengden, selv når hver enkelt reklame i seg selv ikke er trafikkfarlig.

Forslaget til sonedeling er særlig myntet på søknader om ny reklame. Se kapittel 5.

### **Tilbakekalling av tidligere gitt løyve**

Ved gjennomgang av eksisterende reklame langs vegnettet kan det tenkes at reklame som vegmyndighetene tidligere har gitt løyve til, nå blir vurdert til å være trafikkfarlig.

Vegmyndighetene har rett til å tilbakekalle et gitt løyve blant annet hvis løyvevilkårene ikke overholdes.

Hvis endret vurdering av trafikkfaren skyldes endrede forhold på stedet, som for eksempel mer krevende trafikkmiljø, bør det først undersøkes om enkle tillempinger eller forandringer i reklamen kan rette forholdet. Hvis ikke, bør løyvet tilbakekalles.

Det kan også hende at den endrede vurderingen skyldes at vegmyndighetene har justert eller utdypet kriteriene for når reklame er trafikkfarlig, for eksempel slik denne håndboka tar sikte på. En bør da holde den tidligere vurderingen opp mot den nye, og utøve et nytt, samlet skjønn. Blir et tidligere gitt løyve tilbakekalt i et slikt tilfelle, kan det være aktuelt å gi en romsligere tidsfrist for fjerning.

## Informasjon og samarbeid med allmennheten og reklameeierne

De beste resultatene oppnås ved å gjøre det så greit som mulig for allmennheten og reklameeierne å forholde seg til reglene. Det er viktig at det ikke skapes inntrykk av at den som søker og ønsker å følge reglene får større vansker enn dem som tar seg til rette. Konsekvent arbeid som gir forutsigbarhet er også viktige stikkord. Vegmyndighetenes håndhevelse er det viktigste middelet for å oppnå etterlevelse.

Regionvegkontorene kan bidra til dette på følgende måter:

- **Gi generell informasjon til allmennheten om reglene, hensikten med dem og hvordan det arbeides.**  
 Dette medvirker til større allmenn bevissthet og forståelse. Bare knappe kunngjøringer for å være på juridisk trygg grunn, er neppe den beste kommunikasjonsformen. Generell informasjon, for eksempel i form av annonser i avisene, kan på lengre sikt spare vegmyndighetene for mye ressurskrevende saksbehandling av enkelttilfeller.
- **Legge vekt på rettledning til reklameeiere og -søkere, og oppfordre til å kontakte Vegvesenet for å avklare på forhånd.**
- **Gi reklamesøkerne én person å forholde seg til.**  
 En fast person å forholde seg til i en offentlig etat gjør linjene klarere, og gir bedre trygghet for likebehandling. Vedkommende vil da også opparbeide kontaktflate blant de profesjonelle reklamesøkerne. Personlig kontakt i arbeidet er viktig for en smidig saksbehandling.
- **Vise forståelse for reklamesøkernes behov.**  
 Hjelp til med å finne alternative løsninger som ikke er trafikkfarlige, for eksempel se om behovet kan dekkes med offentlig serviceskilting.
- **Ikke se krav om fjerning som første og eneste løsning.**  
 Før en krever fjerning, bør en se om forholdet kan rettes ved endring eller flytting av reklamen.

## Samarbeid med andre myndigheter

Samarbeid med andre myndigheter er nødvendig, og skal ha disse siktemålene:

- Sikre at all ny reklame blir søkt om og behandlet av de rette instanser
- Gjøre det så enkelt som mulig for reklamesøkerne å forholde seg til reglene

Siden reklame langs veg reguleres av flere ulike lover og forskrifter, og det er ulike instanser som forvalter dem, kan det tenkes at en reklamesøker trenger tillatelse fra flere forskjellige myndigheter til oppsetting av én og samme reklame. De aktuelle instansene er:

- Statens vegvesens regionvegkontor
- Kommunens vegmyndighet
- Kommunens plan- og bygningsmyndighet
- Politiet
- Fylkeskommunen (i sjeldne tilfeller)

I mange kommuner er veg-, plan- og bygningsmyndighet samlet i én og samme etat, for eksempel teknisk etat.

- Regionvegkontoret avgjør om reklamen kan tillates med tanke på trafikkfare etter vegloven § 33 langs riks- og fylkesveger, samt evt. etter vegloven § 57.
- Kommunens vegmyndighet avgjør dette dersom reklamen er rettet mot kommunale veger.
- Kommunens plan- og bygningsmyndighet avgjør om reklamen kan tillates med tanke på estetikk og teknisk sikkerhet etter plan- og bygningsloven § 30-3.
- Politiet forvalter eventuelle stedlige politivedtekter.

### Skille mellom ulike lover og instansers kompetanse

Det er viktig å skille mellom de ulike myndighetene, som er gitt kompetanse til å treffe vedtak innenfor hver sine fagområder. De kan ikke overlate sin vedtaksmyndighet til andre, og de kan heller ikke unnlate å treffe vedtak innenfor sine fagområder ved å vise til at en annen myndighet ikke vil gi tillatelse.

Samarbeidet mellom de ulike instansene må derfor dreie seg om praktiske ordninger i forbindelse med søknad om reklame. Regionvegkontorene skal for eksempel ikke fungere som et generelt «reklamepoliti» langs vegen, og kan ikke bruke sin hjemmel i vegloven § 33 for å fjerne eller gjøre vedtak om fjerning av reklame som andre instanser ønsker fjernet.

### Praktisk søknadsgang

Et minstekrav bør være at søkere informeres om at de trenger tillatelse fra ulike myndigheter, og at vegmyndighetene alltid informerer de andre aktuelle etatene om vedtak som blir fattet. Reklameeierne bør samtidig også informeres om hvilke andre etater som har fått slik melding.

Statens vegvesens bør forsøke å få til et praktisk samarbeid med kommunene, slik at den som søker automatisk får sin søknad behandlet av de riktige fagetater, uansett hvor søknaden ble sendt. Siden de ulike instansene skal vurdere søknader på ulike faglige grunnlag, må likevel saksbehandlingen foregå uavhengig.

### Uenighet om ansvarsområde

Hvis Vegvesenet mener reklamen henvender seg mot en riks- eller fylkesveg, mens kommunen mener at den henvender seg mot en kommunal veg, skal ikke regionvegkontoret av den grunn unnlate å behandle saken.

### Reaksjonsformer når lovens bestemmelser blir brutt

Vegmyndighetenes innfallsvinkel i håndheving av reglene om reklame langs vegen skal være best mulig samarbeid med reklameeierne om å finne gode løsninger som kan ivareta alle interesser. Straff bør ikke være et sentralt tema.

Den viktigste reaksjonsmåten overfor dem som likevel tar seg til rette, er fjerning av reklamen, og å holde materiellet tilbake inntil eieren har betalt kostnadene til fjerning og oppbevaring.

### Politianmeldelse

Ved gjentatte brudd på vegloven § 33 bør vegmyndighetene gå til politianmeldelse. En må gå ut fra at dette vil gjelde et fåtall saker. Skal en gå til politianmeldelse, må saken være alvorlig:

- Vedkommende handler mot bedre vitende
- Bruddene har skapt tilfeller av trafikkfare

Ved politianmeldelse må vegmyndighetene kunne fremlegge god dokumentasjon på de forhold som begrunner anmeldelsen.

Brudd på vegloven § 33 omfattes av straffebestemmelsen i vegloven § 61, som ikke inneholder noe krav om fornærmedes begjæring om påtale. I reklamesaker vil det dermed være ubetinget offentlig påtale, og det vil bare være snakk om å inngi en anmeldelse til politiet. Hvem som skal inngi anmeldelse vil være bestemt av interne retningslinjer i etaten.

Dersom det er aktuelt å kreve erstatning for kostnader vegmyndighetene har pådratt seg i forbindelse med fjerning av reklamen, kan vegmyndighetene som fornærmet fremme erstatningskravet (borgerlig rettskrav) i forbindelse med straffesaken. Fullmakt til å fremme borgerlig rettskrav er delegert fra Samferdselsdepartementet til Vegdirektoratet og videre til regionvegsjefen personlig. Vi viser til Håndbok R900 Erstatningskrav utenfor kontraktsforhold m.m. s. 232.



Stor informasjonsmengde som kan distrahere

## 9 Behandling av ulovlig oppsatt reklame

### Hva er ulovlig oppsatt reklame?

Reklame langs vegen kan være ulovlig etter vegloven § 33 på to ulike grunnlag:

- 1 Den bedømmes av vegmyndighetene til å være trafikkfarlig
- 2 Den er satt opp uten løyve, til tross for at den er løyvepliktig

Begge disse forholdene, hver for seg eller samlet, gjør at vegmyndighetene rent formelt har rett til å kreve reklamen fjernet eller endret.

Trafikkfaren er imidlertid det springende punkt i praksis. Løyvepliktig reklame som mangler løyve, bør ikke uten videre kreves fjernet dersom den ikke er trafikkfarlig.

All reklame som er satt opp på vegens eiendomsområde uten særskilt tillatelse fra vegmyndighetene kan fjernes umiddelbart uten forhåndsvarsling eller samtidig underretning til reklameeier. Ettersom grunnlaget her bygger på rådighetsutøvelse av eiendomsretten, vil det ikke være klageadgang på disse avgjørelsene etter forvaltningslovens alminnelige bestemmelser.

Reklame som uten videre kvalifiserer til krav om fjerning er:

- Trafikkfarlig reklame
- Reklame satt opp uten tillatelse på veggrunn



Løyvepliktig reklame langs rv. 150- for stor informasjonsmengde

## Vurdere trafikkfare og lovlighet

Trafikkfaren bedømmes på samme måte som for søknader om ny reklame. Denne vurderingen er beskrevet i kapittel 4 og 7. Lovligheten med tanke på løyveplikten vurderes etter beskrivelsene av hvilken reklame som er løyvepliktig i kapittel 3.

## Ulike fremgangsmåter for fjerning

Ulovlig reklame etter vegloven § 33 kan fjernes etter to fremgangsmåter:

- 1 Normal behandling med forhåndsvarsel
- 2 Omgående fjerning uten forhåndsvarsel

I tillegg kan reklame på vegens eiendomsområde fjernes uten varsel.

I mange tilfeller kan arbeidet med fjerning eller endring av ulovlig reklame foregå enkelt og arbeidsbesparende. Mange reklameeiere er ikke klar over at reklamen er ulovlig, og at vegmyndighetene har rett og plikt til å reagere. Direkte kontakt med reklameeieren kan lett rette dette. Resultatet kan bli at reklameeieren fjerner eller endrer reklamen selv, uten ytterligere saksbehandling. Det skal gjøres notater ved slike tilfeller for å hindre senere uklarheter om hva som faktisk har skjedd.

Før man går i gang med fjerning, skal man alltid sjekke om det foreligger tidligere gitt tillatelse i noen form. Spør gjerne reklameeieren direkte.

## Hvem skal vegmyndighetene henvende seg til?

Forhåndsvarsel og underretning om vedtak skal gis til parten; personer som avgjørelsen retter seg mot eller som saken direkte gjelder. Det er dem som avgjørelsen har reell praktisk eller økonomisk følge for. I reklamesaker kan det være flere: Grunneieren, reklameeieren (eieren av selve reklameinnretningen) eller annonsøren. Alle slike skal ha underretning.

Det er likevel ikke nødvendig å legge ned betydelig arbeid for å finne frem til alle hvis man ikke kjenner til dem. Henvendelsen kan rettes til dem man kjenner til, med anmodning om å underrette andre aktuelle parter.

Det er først og fremst reklameeieren man skal henvende seg til. Andre parter bør orienteres i form av gjenpart.

Dersom reklameeieren ikke er kjent, bør man først forhøre seg med grunneieren. Hvis grunneieren heller ikke kjenner til reklamen eller eieren, skal henvendelsene rettes til grunneieren.



*jf. Forvaltningsloven § 2*

## Forhåndsvarsel om fjerning

Når vegmyndighetene vil ha fjernet eller endret ulovlig reklame, skal parten først ha forhåndsvarsel om det. Dette er den vanlige fremgangsmåten som skal benyttes.

Forhåndsvarsel gir også reklameeieren mulighet for selv å fjerne eller endre den ulovlige reklamen. Gjør han det, trenger vegmyndighetene ikke å fatte formelt vedtak.

*jf. Forvaltningsloven § 16*

### Forhåndsvarsel i enkeltsaker

I forhåndsvarselet skal det opplyses om at reklamen er ulovlig og grunnen til det, for eksempel trafikkfare på grunn av sikthindring. Hvis vegmyndighetene kan akseptere reklamen med bestemte endringer eller flytting, bør dette nevnes.

Forhåndsvarsel bør være skriftlig, men kan også være muntlig hvis det haster. Den kan også sendes pr telefaks eller e-post. Ved muntlig forhåndsvarsel må det gjøres notat om dato, tid og hva som ble sagt. Det må gjøres oppmerksom på at samtalen skal betraktes som formelt forhåndsvarsel.

Eieren skal normalt gis en frist på to uker til å uttale seg, men om det haster kan fristen kortes ned.

Se eksempel 3 – forhåndsvarsel om fjerning i Vedlegg 3

### Forhåndsvarsel ved kunngjøring i pressen

Forhåndsvarsel ved kunngjøring i den stedlige pressen kan brukes ved to tilfeller:

- Når det er umulig å finne ut hvem som skal ha varselet
- Når vegmyndighetene skal gjennomføre generell gjennomgang av vegstrekninger eller områder med tanke på å fjerne ulovlig reklame.

I det siste tilfellet bør det fremgå av kunngjøringen i hvilket tidsrom vegmyndighetenes arbeid skal foregå. Fjerning av ulovlig reklame bør ikke foregå senere enn tre måneder etter at kunngjøringen sto i avisen.

Se eksempel 9 – kunngjøring i pressen om fjerning av ulovlig reklame i Vedlegg 3

### Når kan forhåndsvarsel sløyfes?

Forhåndsvarsel kan bare sløyfes i tre tilfeller:

- Når reklamen er særlig trafikkfarlig, slik at den må fjernes med en gang.
- Når reklamen står på vegens eiendomsområde.
- Når reklameeier mot bedre vitende har satt opp trafikkfarlig reklame uten løyve.

Når vegmyndighetene positivt vet at reklameeieren kjenner til løyveplikten og likevel setter opp trafikkfarlig reklame, kan denne fjernes uten forhåndsvarsel. Dette forutsetter at vegmyndighetene kan dokumentere at reklameeieren handler mot bedre vitende.

*jf. Forvaltningsloven § 16 3. ledd*

### Fatte vedtak og gjøre det kjent for reklameeieren

Vedtak om fjerning skal inneholde:

- Hjemmel for vedtaket
- Konkret vurdering og begrunnelse for fjerningen
- Vedtaksmyndighet
- Frist for fjerning
- Opplysninger om klageadgang og -regler, vedlagt skjema «Melding om rett til å klage over forvaltningsvedtak»

Det er viktig at vurderingen og begrunnelsen omhandler den aktuelle reklamen, og ikke bare er av generell art.

Frist for eieren til å fjerne reklamen selv skal i utgangspunktet settes til tre uker, men man kan sette kortere frist dersom reklamen er lett å fjerne.

Vedtaket gjøres kjent for reklameeieren per brev eller ved kunngjøring i stedlig presse dersom det ikke er mulig å identifisere vedkommende.

Se eksempel 4 – vedtak om fjerning av ulovlig reklame og eksempel 5 – vedtak om fjerning av særlig trafikkfarlig reklame i Vedlegg 3

*jf. Forvaltningsloven kapittel V.*

### Gjennomføre fjerningsvedtak

Når trafikkfaren er knyttet til plasseringen av reklamen, bør hele reklamen med eventuelle

stativ og lignende fjernes. Når trafikkfaren bare knytter seg til form og innhold i budskapet, kan det være tilstrekkelig å fjerne selve plakaten.

Ved fjerning av særlig trafikkarlig reklame uten forhåndsvarsel, bør det legges igjen en kort skriftlig melding på stedet. Meldingen bør inneholde opplysninger om at reklamen er fjernet av Vegvesenet/etter pålegg fra Vegvesenet, når det skjedde, og hvor eieren kan henvende seg for ytterligere opplysninger.

Se eksempel 7 på slik melding på stedet i Vedlegg 3.

## Fjerning som er vanskelig å gjennomføre

Dersom en reklameeier ikke vil rette seg etter vedtaket, og setter seg fysisk til motverge når vedtaket skal iverksettes, må man ha bistand fra namsmyndighetene. Dette er en situasjon der det er lett å trå feil i forhold til jus. I slike situasjoner bør en søke råd hos juristene på regionvegkontoret eller overlate saken til dem.

Vegmyndighetenes vedtak er et direkte tvangsgrunnlag. Det er derfor ikke nødvendig for vegmyndighetene å innhente namsrettens bemyndigelse.

For at et tvangsgrunnlag skal kunne fullbyrdes, må det ha tvangskraft. Et gyldig vedtak vil være tvangskraftig når vedtaket selv bestemmer, som regel ved utløpet av den frist som reklameeier har til å fjerne reklamen.

Hvis vegmyndighetene møter motstand under gjennomføringen av et pålegg om fjerning, kan det kreves at namsmannen bistår etter reglene i tvangfullbyrdelsesloven, på samme måte som om bemyndigelse var innhentet fra retten. Dette vil som regel i praksis si bistand fra lokale politimyndigheter.

## Særlig trafikkarlig reklame

Det er vanskelig å gi en helt presis beskrivelse av hva som skal til for at reklamen er særlig trafikkarlig, slik at den kan og bør fjernes omgående uten forhåndsvarsel. Stikkord kan være «åpenbar akutt fare for ulykker». Noen rettesnorer kan være:

- Reklame som umiddelbart har ført til ulykker eller nestenulykker
- Reklame som åpenbart hindrer nødvendig fri sikt eller skjuler helt bestemte farer ved vegen
- Reklame som er helt uvanlig oppsiktsvekkende i forhold til den reklamen en ellers ser langs vegen

I alle tilfeller kan det bare være snakk om reklame som helt nylig er satt opp. Reklame som har stått i lengre tid uten at vegmyndighetene har reagert, kan normalt ikke fjernes uten forhåndsvarsel.

Selv om det ikke gis forhåndsvarsel, må det fattes vedtak. Dersom det er praktisk vanskelig å fatte vedtak før fjerningen, skal skriftlig vedtak fattes så snart det er praktisk mulig etter fjerningen.

## Ulovlig reklame på vegens eiendomsområde

All reklame på vegens eiendomsområde som vegmyndighetene ikke har gitt særskilt tillatelse til, kan fjernes umiddelbart. Vegmyndighetene reagerer da som eier av grunnen, på tilsvarende måte som andre grunneiere kan reagere på uønsket reklame på sin grunn. Siden vegmyndighetene her ikke reagerer som forvaltningsorgan, men som eier, er man ikke bundet av forvaltningslovens saksbehandlingsregler. Det er ikke nødvendig å fatte vedtak, og det er heller ikke aktuelt å gi formelt forhåndsvarsel.

### Reklame på annen offentlig grunn

Er det en annen offentlig myndighet som disponerer grunnen, kan vegmyndighetene fjerne reklamen på samme måte, dersom det foreligger en avtale med den andre offentlige myndigheten. En slik avtale bør være skriftlig.



Løsfoteklame på trafikkøy

### La reklameeieren fjerne selv

Dersom reklamen ikke er særskilt trafikkfarlig og reklamen har stått oppe i lengre tid uten at vegmyndighetene har reagert, bør eieren få anledning til å fjerne den selv. Normalt bør man ta bilder av reklamen før nedtaking.

### **Dokumentere fjerningen og gi melding**

Det bør alltid gjøres et notat om fjerningen. En må gi melding til eieren om når og hvor fjerningen skjedde. Dette kan skje muntlig. I meldingen bør det gis en frist for henting, for eksempel tre uker.

### **Oppbevaring av reklamemateriellet**

Vegmyndighetene bør oppbevare materiellet i tre måneder. Reklamemateriell som åpenbart ikke har større verdi enn kostnadene til fjerning og oppbevaring kan kasseres etter tre uker. Materiell uten særlig verdi, for eksempel paller eller plakater, kan kasseres straks.

I saker der det reises klage, må materiellet oppbevares til klagen er endelig avgjort.

Vegmyndighetene har plikt til å oppbevare fjernet reklamemateriell på en betryggende måte, slik at det ikke tar skade. Hvis materiellet er spesielt kostbart eller for eksempel omfatter ømfintlig elektronisk utstyr, kan det bety at Vegvesenet må leie spesiell lagerplass.

### **Ta betaling for dekking av kostnader**

Vegmyndighetene kan kreve betaling for dekking av utgifter til fjerning, transport, oppbevaring og makulering av reklamemateriellet dersom reklamen ikke er hentet innen fristen som er satt.

Det stilles krav til dokumentasjon av kostnadene, og det må føres logg slik at medgått tid fremgår. Det kan beregnes en fast minstepris som ikke trenger spesifiseres i det enkelte tilfelle. Beregningen må grunnes på de minste, faktiske kostnader vegmyndighetene alltid vil ha.

Dersom regningen ikke blir betalt, kan pengene inndrives ved inkasso. Inkasso kan imidlertid være ressurskrevende, og det bør derfor gjøres en generell kost - nyttevurdering for å bestemme hvor stort beløpet bør være for at det skal være tjenlig å ta denne metoden i bruk.

### **Rett til å holde reklamemateriellet tilbake**

Materiellet bør ikke utleveres til eieren uten at regningen er betalt.

Når materiellet blir hentet, bør vegmyndighetene sørge for at eieren kvitterer for mottagelsen.

## Makulering av reklamemateriellet

Vegmyndighetene kan ikke selge reklamemateriellet for å dekke kostnadene. Dersom eieren ikke henter materiellet innen fastsatt frist, bør det kasseres eller makuleres.

## Bruk av entreprenører i forbindelse med oppfølgingen av reklamesaker

I praksis er det ofte slik at en del av de arbeidsoppgavene som er forbundet med reklamesakene utføres av en entreprenør på vegne av regionvegkontoret. Dette kan for eksempel gjelde varsling til vegmyndighetene om ulike typer ulovlig reklame, fjerning av reklame, samt eventuelt oppbevaring av reklamemateriell som er fjernet. De nærmere detaljer om arbeidsfordeling mv. vil i slike tilfeller være regulert i en kontrakt.



Ulovlig reklame på veggrunn

## 10 Klage og klagesaksbehandling

Når vegmyndigheten treffer et enkeltvedtak, skal partene gis melding om vedtaket. I meldingen skal det også gis opplysninger om klagereglene. For slike klager gjelder spesielle saksbehandlingsregler. Klageretten må brukes før det eventuelt kan tas ut stevning mot vegmyndighetene.

I forbindelse med reklame er det tre former for enkeltvedtak det kan være aktuelt å klage på:

- Avslag på søknad om løyve
- Vilkår for løyve som er gitt
- Krav om fjerning, endring eller flytting av ulovlig reklame.

### Hvem har klagerett?

Det er partene og andre med rettslig klageinteresse som kan klage på et vedtak. Part er den som har fått eller er blitt nektet løyve til å sette opp reklame, eller som har fått krav om at reklamen må fjernes.

Andre med rettslig klageinteresse kan for eksempel være grunneieren, naboer eller organisasjonen som står bak det budskapet reklamen fremmer.

*jf. Forvaltningsloven § 28*

### Klagefristen

Klagefristen er tre uker fra det tidspunkt melding om vedtaket er kommet frem til partene. For den som ikke har mottatt melding om vedtaket, løper fristen fra det tidspunkt vedkommende har fått eller burde ha skaffet seg kjennskap til vedtaket.

Normalt vil en part som ønsker å klage ha mottatt begrunnelsen for vedtaket samtidig med vedtaket. Har vedkommende ikke fått det, og ber om begrunnelse etterpå, løper ny klagefrist fra begrunnelsen er mottatt.

*jf. Forvaltningsloven § 29*

### Når klagefristen er oversittet

Dersom klagefristen er oversittet, er utgangspunktet at klagen skal avvises. Men før avvissingsvedtak fattes, må vegmyndigheten undersøke om det er spesielle grunner til at fristen er oversittet.

Kan parten ikke lastes for å ha oversittet fristen, skal vegmyndigheten vurdere om klagen likevel bør behandles. Det samme gjelder dersom det av særlige grunner er rimelig at klagen blir prøvd. Det skal likevel tas hensyn til om endring av vedtaket vil føre til skade eller ulempe for andre.

Er det gått mer enn ett år fra vedtaket ble fattet, kan klagen ikke tas til behandling som klagesak.

*jf. Forvaltningsloven § 31*

## Hvilke organ er klageinstanser?

Det er regionvegkontoret som treffer vedtak etter vegloven § 33 for reklame langs riks- og fylkesveger. Klageinstansene som skal avgjøre klagen, er henholdsvis Vegdirektoratet (riksveger) og fylkeskommunen (fylkesveger).

For reklame langs kommunale veger er klageinstansen kommunestyret eller en særskilt oppnevnt klagenemnd.

## Klagens innhold

### Hvor klagen skal sendes

Som generell regel gjelder at klagen sendes til den instansen som har fattet vedtaket. Klagen skal sendes til regionvegkontoret når det gjelder reklame langs riks- og fylkesveg, fordi det er regionvegkontoret som har fattet det vedtaket det klages på. En klage som gjelder reklame langs kommunal veg sendes den kommunale etat som har fattet det første vedtaket.

### Form og innhold

Det stilles få krav til klagens form og innhold. Den skal være undertegnet av klageren eller hans fullmektig, og nevne det vedtaket det klages over. Videre skal det opplyses om hvilken endring av vedtaket klageren ønsker.

Ikke enhver henvendelse behøver oppfattes som en klage i forvaltningslovens forstand. Er vegmyndigheten i tvil om en henvendelse skal oppfattes som en klage, skal avsenderen spørres.

*jf. Forvaltningsloven § 32*



### **Begrunnelse for klagen**

Forvaltningsloven stiller ikke krav til begrunnelse for klagen. Men for klageren som ønsker å få endret vedtaket, vil begrunnelsen selvfølgelig være vesentlig å få med.

## **Saksforberedelse i en klagesak**

### **Instansen som fattet vedtaket begynner behandlingen**

Rette mottaker av en klage er den instansen som har truffet det vedtaket det klages på. Denne underinstansen undersøker om betingelsene for å behandle klagen er til stede. Hvis den som klager ikke har klagerett, skal klagen avvises. Dette vedtaket skal begrunnes og sendes partene på vanlig måte. Et slikt vedtak er også et enkeltvedtak som det kan klages på.

Foreligger det en korrekt klage, begynner behandlingen av klagens innhold. Underinstansen skal foreta de undersøkelser som klagen gir grunn til. Kommer det frem nye opplysninger, skal disse undersøkes. Finner underinstansen at det første vedtaket er ugyldig eller urimelig, kan den oppheve eller endre sin avgjørelse. Underinstansen kan likevel ikke endre vedtaket til ugunst for klageren.

*jf. Forvaltningsloven § 33*

### **Utsatt iverksetting**

Det kan bli spørsmål om klagen skal medføre utsatt iverksetting av vedtaket (oppsettende virkning). Det vil si at vedtakets innhold ikke gjennomføres før klagen er behandlet.

Underinstansen kan vurdere fritt om en klage skal gi utsatt iverksetting. Klagen bør ikke gi utsatt iverksetting i opplagte saker, men i vanskelige og tvilsomme saker bør klagen gi utsatt iverksetting. Hvis reklamen er meget kostbar eller av spesielt stor betydning for den som klager, kan også fjerningen utstå til vedtaket er endelig. I stedet for å fjerne reklamen kan den tildekkes eller eventuelt frakobles strømmen. Klageren skal da få opplyst at vedtaket om fjerning blir gjennomført hvis tildekkingen blir fjernet eller strømmen tilkoblet.

*jf. Forvaltningsloven § 42*

**Saken sendes til klageinstansen**

Kommer underinstansen til at vedtaket ikke bør oppheves eller endres, sendes sakens dokumenter til klageinstansen. Oversendelsen bør inneholde:

- Underinstansens merknader til det grunnlaget klagen fremføres på
- Eventuell redegjørelse for praksis for behandling av denne type saker, vurdering av likebehandling
- All korrespondanse i saken, nummerert i kronologisk rekkefølge i egen vedleggs-oversikt
- Oversiktskart, helst målestokk 1:5000
- Vegident
- Plasseringen av reklamen skal angis på kart i målestokk 1:1000.
- Foto, eller eventuell skisse av reklamen. Minst ett nærbilde og bilder som viser plasseringen i forhold til vegen.

Gjenpart av oversendelsesbrevet skal sendes klageren med frist på to uker til å komme med supplerende merknader.

Saksforberedelsen i underinstansen må foregå så raskt som mulig på grunn av mulige frister for omgjøring. Forvaltningsloven har også en bestemmelse om plikt til å treffe avgjørelse uten ugrunnet opphold.

Se eksempel 6 – oversendelse av klage til klageinstansen i Vedlegg 3

*jf. Forvaltningsloven § 11a*

**Klageinstansens myndighet****Behandler klagen selvstendig**

Klageinstansen kan avvise saken hvis den mener at underinstansen feilaktig har unnlatt å avvise den. Klageinstansen kan også fritt avgjøre om klagen skal gis utsatt iverksetting.

Klageinstansen kan prøve alle sakens sider, og er ikke bundet av klagerens påstander, slik underinstansen er. Den kan derfor også avgjøre saken til ugunst for klageren. Hvis regionvegkontoret for eksempel har truffet vedtak om at reklamens lysstyrke skal reduseres, og eieren klager på dette, kan Vegdirektoratet som klageorgan beslutte at lysstyrken må reduseres enda mer, eller at belysningen ikke skal tillates i det hele tatt.

*jf. Forvaltningsloven § 34*

### Resultatet av klagen

Dersom klageinstansen kommer til at vedtaket må endres, kan den enten treffe nytt vedtak selv eller oppheve underinstansens vedtak og sende saken til underinstansen til ny behandling.

Klageinstansens avgjørelse kan ikke påklages. Men klageren kan bringe saken inn for domstolene, eller eventuelt Sivilombudsmannen.

*jf. Forvaltningsloven § 34*

### Saksomkostninger

Når en part klager på en avgjørelse, vil arbeidet med klagen kunne påføre parten store omkostninger. Det kan for eksempel være bistand fra advokat eller reise. Disse utgiftene vil klageren i blant kunne få dekket av det offentlige, etter nærmere regler gitt i forvaltningsloven.

Saksomkostninger kan bare tilkjennes etter krav fra parten, og kravet må fremsettes senest tre uker etter at parten har fått underretning om endelig vedtak i klagesaken. Er det sannsynlig at parten har krav på saksomkostninger, har vegmyndigheten plikt til å opplyse parten om dette, og gi nødvendig veiledning.

*jf. Forvaltningsloven § 36*



Mye reklame ved rundkjøring



Ulovlig reklame på jordet langs E6

## Vedlegg 1

### Ulike reklameformer og -formål

Dette vedlegget gir stikkordsmessig informasjon om ulike konkrete reklameformer, -formål og -virkemidler. Informasjonen og vurderingene forutsetter kjennskap til innholdet i den generelle delen av håndboka.

#### Anleggsplasskilt

Selv om slike skilt vanligvis har en viss informativ karakter, må de betraktes som reklame. Informasjonsmengden som ønskes er svært ofte for stor og skriftstørrelsen for liten. En løsning kan være et hovedskilt med et mindre tilleggsskilt som en må kjøre av vegen og stoppe for å lese. Eventuelt løyve bør være tidsbegrenset.

#### Baldakiner og markiser

må betraktes som reklame hvis de formidler slikt budskap for eksempel ved påtrykt tekst, bilder eller symboler. I mange tilfeller kan det imidlertid være snakk om egenreklame som ikke er løyvepliktig.

#### Ballonger og andre oppblåsbare gjenstander

må betraktes som reklame hvis de formidler slikt budskap for eksempel ved påtrykt tekst, bilder eller symboler. Oppblåsbare gjenstander kan også i seg selv være formet som logoer, firmamaskoter eller lignende. Dimensjonen er ofte avgjørende for hvorvidt de er trafikkfarlige.



Anleggsplasskilt med mye informasjon

Oppsiktsvekkende store figurer kan lett medføre distraksjonsfare. Vanlige ballonger i ulike farger, uten tekst, som bare signaliserer at «her foregår det noe», medfører sjelden distraksjonsfare, og kan i mange tilfeller betraktes som utsmykning som ikke trenger løyve. I alle tilfeller er det viktig at lette, oppblåsbare gjenstander er godt festet.

### **Bannere**

må betraktes som reklame hvis de formidler slikt budskap for eksempel ved påtrykt tekst, bilder eller symboler. Behandles som vanlige reklameskilt når de er spent opp eller henger slik at flatene er synlige. Bannere som ikke inneholder tekst, bilder eller symboler, kan i mange tilfeller betraktes som utsmykning som ikke trenger løyve.

### **Bensinstasjoner**

se NA-rundskriv nr. 10/10 - Retningslinjer for bruk av masteskilt og andre reklameanordninger ved bensinstasjoner og matserveringssteder, inntatt i vedlegg 5.



Masteskilt bensinstasjon

### **Boards**

se Reklametafler for skiftende plakater

**Busskur**

*se Leskur*

**Byggeplassskilt**

*se Anleggsplassskilt*

**Festivaler og stevner**

kan være ulike arrangementer som trekker til seg mange tilreisende eller tilskuere. Sportsarrangementer, flystevner, motorstevner, «stedsdager», messer og utstillinger kan være eksempler. Slike arrangementer vil gjerne markere seg både med ulike elementer som flagg, bannere og egne vegvisningsskilt. Alle slike elementer må betraktes som reklame etter vegloven § 33, og det må søkes om løyve. I mange tilfeller kan slike elementer være til nytte for de vegfarende, ved at fremmede lettere finner frem, og at den ekstraordinære trafikkavviklingen går lettere og tryggere. Dette tilsier en generell positiv holdning til slik midlertidig reklame under forutsetning av at det blir utformet og plassert på en måte som ikke er trafikkfarlig med tanke på sikthindring eller forvekslingsfare. I en del tilfeller kan det også være aktuelt å tillate slik reklame på veggrunn. Det er heller ikke unaturlig at vegmyndighetene selv kan bidra til planlegging av midlertidige, private vegvisningsskilt i forbindelse med store arrangementer. Løyvet må være tidsbegrenset. Løyve-vilkåret om at reklamen skal fjernes av eieren når innholdet har mistet sin aktualitet, bør understrekes.

**Figurer**

*se Tredimensjonale figurer*

**Flagg og vimpler**

må betraktes som reklame hvis de formidler slikt budskap, for eksempel ved påtrykt tekst, bilder eller symboler. Nasjonalflagg, kommune- eller byflagg regnes ikke som reklame. Det samme gjelder rekker med flere nasjonalflagg eller -vimpler som gjerne settes opp for å signalisere at «her er utenlandske turister velkomne». Det er nærliggende å betrakte flagg og vimpler mer som utsmykning enn som reklame.

**Holdningskampanjer**

Plakater o.l. som er et ledd i offentlige myndigheters eller private organisasjoners holdningskampanjer må i utgangspunktet betraktes på lik linje med annen reklame.

Når det gjelder kampanjer som benytter skilt som viser budskap knyttet til trafiksikkerhet, er det imidlertid gitt særlige bestemmelser i skiltforskriften kapittel 6a Skilt med trafiksikkerhetsinformasjon og i Håndbok N300 Trafikkskilt. Dersom et skilt holder seg innenfor de rammer m.h.t. budskap, utforming mv. som trekkes opp i nevnte bestemmelser,

blir dette betraktet som et offentlig trafikkskilt. Utforming og bruk av skilt 590 skal godkjennes av Vegdirektoratet før det treffes vedtak om å sette opp skiltet.

### Juledekorasjoner

kan i en del tilfeller måtte betraktes som reklame dersom den er koblet sammen med direkte kommersielle budskap. Det er likevel sjelden å se. Alminnelige julegater i tettbygd strøk og juledekorasjoner bør ikke nektes med distraksjonsfare som begrunnelse. De mest aktuelle farene å sikre seg mot her er trolig hindring av friskt til avkjørsler, trafikkskilt og signalanlegg, samt mulig forvekslingsfare, som blinkende lys kan medføre.

### Kjøretøy med reklame

Vanlig reklame på kjøretøy som er i bruk, kommer ikke inn under veglovens bestemmelser om reklame. Heller ikke heldekkende reklame som er blitt mer og mer vanlig på busser og drosjer. Forutsetningen er at slike kjøretøy er i drift. Hvis de blir hensatt godt synlig fra vegen, og funksjonen åpenbart er mer å anse som reklame enn som kjøretøy, blir de betraktet som reklame. At det er hjul på understellet som reklamen er festet på, gjør ikke reklamen mer til kjøretøy enn til reklame. I et slikt tilfelle har det ingen betydning hvor kort eller lenge reklamen/kjøretøyet står stille på samme sted. (se notat fra Vegdirektoratet – Sveis 2003062146-003).



Bil brukt til reklame ved E18



**Klokke og termometer**

inngår ofte som en del av en reklame, oftest i form av lysreklame. Selv om disse naturlig nok skifter innhold oftere enn én gang i døgnet, trenger de normalt ikke betraktes som variabel reklame. At en del av disse har en tendens til å stå og veksle mellom to gradtall hvis temperaturen ligger på grensen, regnes heller ikke som farlig, forutsatt at de ikke er plassert helt inntil signalanlegg. Søknad om løyve bør normalt ikke avslås med distraksjonsfare som begrunnelse.

**Landbruksprodukter**

*se Salg langs vegen*

**Leskur**

Etter søknad kan det etableres reklamefinansierte leskur langs riks- og fylkesveger dersom nærmere bestemte vilkår er oppfylt. Ordningen innebærer at Statens vegvesen stiller grunn til disposisjon for et firma som påtar seg å bygge, vedlikeholde og drifte leskur som finansieres med inntekter fra reklame. Se Håndbok V123 Tilrettelegging for kollektivtransport på veg, kapittel 11.5.7, som gir nærmere bestemmelser om dette.

**Levende bilder**

for eksempel i form av film eller video, blir å betrakte som variabel reklame, og kommer inn under forskriften for dette, også om innholdet måtte være av en mer informativ karakter, som for eksempel nyheter.

**Loppemarkeder og små salgsmesser**

reklamerer ofte med «hjemmelagde» skilt langs vegen. Erfaring viser at slike skilt ofte blir satt opp ulovlig på veggrunn, for eksempel i form av bannere som spennes opp på bruer eller på offentlige trafikk- eller vegvisningsskilt. Dårlig festing kan føre til at banner eller skilt kan falle eller blåse ned på vegen eller kjøretøy. I mange tilfeller kan det derfor være grunnlag for å fjerne slike straks, uten forhåndsvarsling. Skilt og reklame i forbindelse med loppemarkeder og salgsmesser er løyvepliktig på linje med annen reklame. Søknaden kan behandles på samme måte som for Salg langs vegen. Løyvet bør være tidsbegrenset for midlertidige skilt. Løyvevilkåret om at reklamen skal fjernes av eieren når innholdet har mistet sin aktualitet, bør understrekes.

**Lysaviser**

betraktes som variabel reklame, selv om det innholdet som skifter utelukkende formidler nyheter uten reklameinnslag.

### Løsfotreklame

er reklame på fot som ikke er festet eller forankret til bakken. Dette tillates normalt ikke på veggrunn og på grunn som brukes til vegformål. Løsfotreklame kan hindre sikt til barn langs vegen, og kan blåse, velte eller lett flyttes ut i vegbanen av uvedkommende. Den kan hindre trafikkavvikling på fortauer, og være til hinder for blinde og svaksynte. De lokale politivedtektene inneholder ofte egne bestemmelser om løsfotreklame.



Eksempel på løsfotreklame ved bensinstasjon - Jf. NA-rundskriv nr. 10/10

### Markiser

*se Baldakiner og markiser*

### Matserveringssteder

*se NA-rundskriv nr. 10/10 - Retningslinjer for bruk av masteskilt og andre reklameanordninger ved bensinstasjoner og matserveringssteder, inntatt i vedlegg 5.*

**Messer**

*se Festivaler og stevner*

**Mobile reklameboards**

En har sett eksempler på forsøk på å omgå løyveplikten ved at reklametavler/boards monteres på tilhengere som stadig flyttes fra sted, til sted slik at det blir praktisk vanskelig for vegmyndighetene å gripe inn. Gjentatte forsøk på med overlegg å omgå reglene på denne måten bør det reageres strengt på. Politianmeldelse er her et aktuelt virkemiddel.

**Nærradiostasjoner**

*se Radiostasjoner, -kanaler og -frekvenser*

**Oppblåsbare gjenstander**

*se Ballonger og andre oppblåsbare gjenstander*

**Politiske valgkampanjer**

Plakater og lignende som er ledd i politiske partiers eller organisasjoners valgkampanjer omfattes av reklamebegrepet i vegloven § 33, og behandles på lik linje med annen reklame.

**Private vegvisningsskilt**

Private vegvisningsskilt er ofte etterligninger av offentlige vegvisningsskilt, og er dermed i strid med vegtrafikkloven. I spesielle tilfeller, som stevner eller arrangementer med mange tilreisende som har behov for å finne frem, bør en ha en velvillig innstilling til søknad om løyve. Se *Festivaler og stevner*. En forretning som ikke ligger direkte til vegen, har ingen generell rett til å få innvilget løyve til privat vegvisningsskilt. Blir en slik søknad avslått, bør vegmyndighetene imidlertid undersøke om det er grunnlag for å tilby søkeren offentlig vegvisningsskilt. Etter gjeldende regler utelukker privat og offentlig vegvisningsskilt hverandre. En kan ikke ha begge deler samtidig. Løyvet bør være tidsbegrenset for midlertidige skilt. Løyvevilkåret om at skiltet skal fjernes av eieren når innholdet har mistet sin aktualitet, bør understrekes.

**Private ytringer**

*se Ytringer av forskjellig slag*

**Pyloner**

er frittstående masteskilt som behandles som vanlig reklame. Et eksempel på dette er pyloner ved bilforhandlere.

### **Radiostasjoner, -kanaler og -frekvenser**

*se Håndbok N300 Trafikkskilt Del 5 Serviceskilt og virksomhetsvisning, om skilt 601 Radiokanal.*

### **Reklame-«føljetonger»**

En kan tenke seg at plakater/boards kunne settes opp etter hverandre langs vegen, der innholdet er en fortsettelseshistorie ved at reklamen direkte henviser til neste – «fortsettelse neste skilt». Dette kan ikke tillates. Hver enkelt reklame må inneholde et selvstendig, avsluttet budskap.

### **Reklametavler for skiftende plakater**

er reklametavler der plakatenes skiftes ut med jevne mellomrom. Det kan gis løyve til å sette opp slike reklametavler. Utskifting av plakatenes betraktes da som mindre vesentlig endring av reklamen. En trenger ikke søke om slik endring.

### **Salg langs vegen**

*se eksempel 11 – løyve til oppsetting av reklame i forbindelse med salg langs veg i Vedlegg 3.*

Med salg langs vegen menes her sesongmessig salg, for eksempel av bær og grønnsaker. Slikt salg kan tillates fra Vegvesenets rasteplasser, men ikke fra vegskulder, busslomme, møteplass eller liknende. Regionvegkontoret skal anvisse plasser hvor slikt salg kan foregå på en trygg måte. Skilt langs vegen som opplyser om slikt salg er reklame etter vegloven § 33, og det må søkes løyve på vanlig måte.

Det bør kunne gis løyve til slike midlertidige reklameskilt når de oppfyller de generelle kravene til reklame langs veg. Reklame for slikt salg bør i sesongen også kunne tillates som visning til gårdsbruk for selvplukk av bær og grønnsaker, men ikke som visning for permanent salgsvirksomhet på de samme steder.

Det er viktig med god forhåndsvarsling, for eksempel «Jordbær 200 m». I tillegg kan det være skilt ved avkjørselen. Vegvesenet kan tillate at reklameskiltet plasseres på faste skiltstolper. Reklamen skal festes forsvarlig, slik at den er sikret mot for eksempel å blåse inn på kjørebanelen.

Tillatelse til å sette opp denne type reklameskilt kan gis under forutsetning at de plasseres slik at de ikke er sikhindrende, og at teksten er stor nok til at den kan leses på tilstrekkelig lang avstand.

Løyve for slik reklame bør være tidsbegrenset. Løyvevilkåret om at reklamen skal fjernes av eieren når innholdet har mistet sin aktualitet, bør understrekes.

**Selvplukk av bær etc**

*se Salg langs vegen*

**Sesongsalg langs vegen**

*se Salg langs vegen*

**Sirkus og tivoli**

Plakater som reklamerer for sirkus på turné har i mange tilfeller vært satt opp ulovlig i stort antall på vegens eiendomsområde. Plakater i stort antall på vegens eiendomsområde kan svekke trafikantenes evne til å oppfatte offentlige trafikkskilt, vegoppmerking og signalanlegg. Ofte vil det derfor være grunnlag for å fjerne slike plakater straks. Søknad om løyve behandles på vanlig måte, og det er ingen grunn til generelt å avslå søknader fra omreisende sirkus eller tivoli. Løyve for slik reklame bør være tidsbegrenset. Løyvevilkåret om at reklamen skal fjernes av eieren når innholdet har mistet sin aktualitet, bør understrekes.

*(Se brev fra Vegdirektoratet - Sveis 2009043696-001).*



Tivoliplakat ved rundkjøring

### **Sportsstevner**

*se Festivaler og stevner*

### **Stevner**

*se Festivaler og stevner*

### **Stuntreklame**

er oppsetting av ulovlig kortvarig reklame som kommer overraskende på vegmyndighetene. En har sett eksempler på dette, særlig i helgene når vegmyndighetenes beredskap er svakere. Annonsøren kan allerede ha oppnådd den tilsiktede virkning før vegmyndighetene har kunnet rekke å reagere. Slik ulovlig reklame bør påtales. I mange tilfeller er det grunnlag for å fjerne den straks uten forhåndsvarsling. Gjentatte, overlagte forsøk på å omgå reglene på denne måten bør det reageres strengt på. Politianmeldelse er et aktuelt virkemiddel.

### **Taktekking**

Mønster i taktekking som danner varemerker eller reklametekster må betraktes som reklame når takflatene er godt synlig fra vegen, og kommer inn under reglene i vegloven § 33 på vanlig måte. Er det snakk om egenreklame på egen bygning, er slik reklame ikke løyvepliktig.

### **Termometer**

*se Klokke og termometer*

### **Tivoli**

*se Sirkus og tivoli*

### **Trafikksikkerhetsaksjoner**

*se Holdningskampanjer*

### **Transparenter**

*se Bannere*

### **Tredimensjonale figurer**

Disse kan ofte virke oppsiktsvekkende og derfor distraherende, særlig når de er store, livaktige eller har spesielt sterke farger.

*se også Ballonger og andre oppblåsbare gjenstander.*

**Utstillinger**

*se Festivaler og stevner*

**Valgkampanjer**

*se Politiske valgkampanjer*

**Variabel reklame**

er reklame der innhold og budskap skifter oftere enn en gang i døgnet. Slik reklame er forbudt langs veger utenfor tettbygd strøk. I tettbygd strøk langs veger med fartsgrense 50 km/t eller lavere, gjelder forbudet mot variabel reklame bare ved signalregulerte kryss og ved rundkjøringer.

*se forskrift om forbud mot variabel reklame langs offentlig veg av 23. mai 1990 nr. 380 (Inntatt i vedlegg 4).*

**Vegvisningsskilt**

*se Private vegvisningsskilt*

**Vimpler**

*se Flagg og vimpler*

**Ytringer av forskjellig slag**

Private ytringer og personlige meldinger, som «Eva og Rolf gifter seg!» «Vi gratulerer!» og «Elvis lever!», må betraktes som reklame etter vegloven § 33. De er i prinsippet løyvepliktige, og må behandles på linje med annen reklame. En må likevel anta at det i liten utstrekning vil bli søkt om løyve til å sette opp slike ytringer. Erfaring viser at slike skilt ofte blir satt opp ulovlig på veggrunn, for eksempel i form av bannere som spennes opp på bruer eller på offentlige trafikkskilt. Ofte blir de offentlige skiltene tildekket. Dårlig festing kan føre til at banner eller skilt kan falle eller blåse ned på veggen eller kjøretøy. Slike ytringer kan fjernes straks. I praksis vil forhåndsvarsling ikke være noen aktuell mulighet, fordi det ikke er mulig å identifisere eieren.





## Vedlegg 2

### Forslag til søknadsskjema og rettleiding

Søknadsskjemaet på neste side kan brukes av dem som søker om løyve til å sette opp reklame langs vegen.

Den tilhørende rettleidingen følger på de neste sidene. Nummereringen i rettleidingen følger nummereringen av punktene i søknadsskjemaet.

Søknadsskjemaet med de anbefalte vedleggene gir de opplysningene en trenger for å kunne behandle søknaden slik det er beskrevet i denne håndboka.

## Søknad om løyve til oppsetting av reklame rettet mot offentlig veg etter vegloven § 33

**1. Søker**

Navn/firma	
Postadresse	
Telefon/mobil	e-post

**2. Grunneier**

Navn på hjemmelsinnehaver	
Postadresse	
Telefon/mobil	e-post

**3. Reklamens lokalisering**

Eiendommens adresse	
gnr./bnr.	Kommune
Vegen(e) reklamen retter seg mot	

**4. Generelle opplysninger**

Gjelder reklamen stedlig virksomhet skiltet med offentlig serviceskilt?	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nei
Skal reklamebudskapet vekse oftere enn en gang i døgnet?	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nei
Foregår virksomheten det reklameres for i bygningen reklamen skal festes på?	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nei

**5. Reklamens art**

<input type="checkbox"/> Reklameskilt/plakat	<input type="checkbox"/> Reklametavle for skiftende plakater
<input type="checkbox"/> Tredimensjonal figur	<input type="checkbox"/> Annet (beskriv)

**6. Reklamens plassering**

<input type="checkbox"/> På bygning	<input type="checkbox"/> På frittstående stativ eller mast	<input type="checkbox"/> På gjerde, mur e.l.
Ca. avstand til vegen(e) i meter		

**7. Reklamens størrelse og utforming**

Utvendige mål (bredde x høyde x dybde)		Høyde over terreng til underkant reklame
Reklamens ordlyd		
Bokstavhøyde(er)	Bokstavfarge(r)	Bakgrunnsfarge
Symbol(er), logo(er), bilde(r), (beskriv)		
Symbolstørrelse(r)	Symbolfarge(r)	Bakgrunnsfarge
Materiale i selve reklamen		Materiale i stativ/mast
Reflekterende materialer og/eller selvlysende farger	<input type="checkbox"/> Ønskes brukt	<input type="checkbox"/> Ønskes ikke brukt
Skal reklamen være belyst?	<input type="checkbox"/> Ja, utvendig	<input type="checkbox"/> Ja, innvendig <input type="checkbox"/> Nei

**8. Ønsket tidsrom for visning av reklamen**

Inntil videre     Fra (dato) til (dato) \_\_\_\_\_

**9. Vedlegg til søknaden**

Kart med inntegnet reklame     Tegning av reklamen     Foto av reklamen  
 Annet (beskriv)

**10. Underskrift**

\_\_\_\_\_  
 (Sted, dato, søkers underskrift)

## Rettledning til utfylling av Søknad om løyve til oppsetting av reklame rettet mot offentlig veg etter vegloven § 33

Søknadsskjemaet kan brukes av dem som ønsker å sette opp reklame rettet mot offentlig veg.

Nummereringen i rettledningen tilsvarer nummereringen av punktene i søknadsskjemaet.

Mangelfullt utfylt søknadsskjema eller manglende vedlegg kan føre til at vegmyndighetene ikke får tilstrekkelig grunnlag til å behandle søknaden. I så fall vil vegmyndighetene be om ytterligere opplysninger.

### 1 Søker

Søker er den som ønsker å få innvilget løyve. Søkeren vil bli ansvarlig for at eventuelle vilkår som knyttes til løyvet blir etterlevd.

### 2 Grunneier

Den som har råderett over grunnen eller bygningen der reklamen skal plasseres.

### 3 Reklamens lokalisering

- Eiendommens adresse  
Gate-, vegadresse eller annen adresse
- Vegen(e) reklamen retter seg mot  
Angis med gate-, vegnavn eller vegnummer. Retter reklamen seg mot flere veger, må det angis. Hva slags veg reklamen retter seg mot (riksveg, fylkesveg eller kommunal veg), kan ha betydning for hvilken instans som skal behandle søknaden. Statens vegvesens regionvegkontor eller kommunen kan hjelpe til med å svare på dette.

### 4 Generelle opplysninger

- Gjelder reklamen virksomhet skiltet med offentlig serviceskilt?  
Dersom virksomheten har service- eller virksomhetsskilt, kan det i tillatelsen for slik skiltning være tatt forbehold om at det ikke skal settes opp reklame.
- Skal reklamebudskapet veksle oftere enn én gang i døgnet?  
Her menes om reklamebildet skifter, blinker eller for eksempel er lysreklame der de enkelte elementene i reklamen tennes og slukkes i bestemte rekkefølger. For slik reklame gjelder spesielle regler; se Forskrift om forbud mot variabel reklame langs offentlig veg av 23. mai 1990 nr. 380.
- Foregår virksomheten det skal reklameres for i bygningen reklamen skal festes på?  
Egenreklame, se håndbokens kapittel 3, skal en ikke søke om løyve til. Vegmyndighetene har likevel rett og plikt til å kreve fjernet eller endret slik egenreklame dersom den ansees å være trafikkfarlig. Sendes søknadsskjema for egenreklame likevel inn, vil det ikke bli behandlet som en søknad, men det vil bli gitt en uttalelse vedrørende eventuell trafikkfare ved den påtenkte reklamen.

## 5 Reklamens art

- Reklameskilt  
Kryss av her hvis det dreier seg om et permanent skilt med permanent innhold.
- Reklametavle for skiftende plakater  
Det kan gis spesielt løyve for slike reklametavler der kampanjeplakater skiftes ut med jevne mellomrom.
- Tredimensjonale figur(er)  
Gjenstander som ikke er plane skiltflater.
- Annet (beskriv)  
Dette kan for eksempel være midlertidige skilt i forbindelse med sesongsalg langs vegen eller arrangementer.

## 6 Reklamens plassering

- På bygning  
Kryss av her dersom reklamen skal festes på fasade eller tak av en bygning. Reklamekonstruksjonen må da ikke ha andre støttepunkter utenfor bygningen.
- Ca. avstand til vegen(e) i meter  
Angi den korteste avstand til den nærmeste vegkanten. Hvis reklamen er synlig fra flere veger, angis den korteste avstanden til alle vegene. Avstandene avmerkes og mål settes på kart som skal vedlegges søknaden.

## 7 Reklamens størrelse og utforming

- Utvendige mål  
Angi bredde x høyde på skilt. Er reklamen en tredimensjonal figur eller lignende, angis også dybden. Dimensjonene må også angis på tegning/skisse av reklamen som skal vedlegges søknaden.
- Reklamens ordlyd  
Skriv alle ord, tall og tegn reklamen skal inneholde. Ordlyden må også fremgå på tegning/skisse av reklamen som skal vedlegges søknaden.
- Bokstavhøyde(r)  
Angi høyden på tekst og tall. Hvis det er flere høyder, angi alle. Dimensjonene kan eventuelt i stedet angis på tegning/skisse av reklamen som skal vedlegges søknaden.
- Bokstavfarge(r)  
Angi fargen(e) tekst og tall har. Fargene kan eventuelt i stedet angis på tegning/skisse av reklamen som skal vedlegges søknaden eller fremgå av fargefoto.
- Bakgrunnsfarge  
Angi fargen(e) tekst og tall har som bakgrunn. Fargene kan eventuelt i stedet angis på tegning/skisse av reklamen som skal vedlegges søknaden eller fremgå av fargefoto.

- Symbol(er), logo(er), bilde(r) (beskriv)  
Nevn symboler, logoer eller andre bilder som reklamen skal inneholde. Med symboler menes for eksempel piler eller piktogrammer. Dette kan eventuelt i stedet vises på tegning/skisse av reklamen som skal vedlegges søknaden eller fremgå av foto.
- Symbolhøyde(r)  
Angi høyde(n) symboler etc. har. Størrelsene kan eventuelt i stedet angis på tegning/skisse av reklamen som skal vedlegges søknaden.
- Symbolfarge(r)  
Angi fargen(e) symbolene har. Fargene kan eventuelt i stedet angis på tegning/skisse av reklamen som skal vedlegges søknaden eller fremgå av fargefoto.
- Bakgrunnsfarge  
Angi fargen(e) symbolene har som bakgrunn. Fargene kan eventuelt i stedet angis på tegning/skisse av reklamen som skal vedlegges søknaden eller fremgå av fargefoto.
- Materialer i selve reklamen  
Angi hvilke materialer selve reklamen er lagd av. Vegmyndighetene vil normalt stille krav om en viss bestandighet til reklame som skal stå i lengre tid.
- Materialer i stativ, mast e.l.  
Angi hvilke materialer stativ eller mast som holder reklamen er lagd av. Vegmyndighetene vil normalt stille krav om en viss bestandighet til reklame som skal stå i lengre tid. I henhold til Håndbok R310 Trafikksikkerhetsutstyr og Håndbok N101 Rekkverk og vegens sideområder kan det bl.a. stilles krav til sikkerhetsavstand samt krav til materiale i stolpe.
- Reflekterende materialer og/eller selvlysende farger  
Vegmyndighetene godkjenner ikke reflekterende materialer og normalt ikke selvlysende farger. Dersom slike materialer eller farger ønskes benyttet, må det opplyses om det. Skal slike ikke benyttes, skal dette bekreftes av søkeren ved å krysse av.
- Skal reklamen være belyst?  
Med innvendig belysning menes om reklamen skal være belyst innenfra, som en lyskasse eller ved bruk av neonrør. Med utvendig belysning menes om reklamen skal belyses fra utsiden, med en lyskilde rettet mot reklamen. Vegmyndighetene vil normalt stille bestemte betingelser i forbindelse med belysning.

## 8 Ønsket tidsrom for visning av reklamen

Vegmyndighetene vil eventuelt gi løyve inntil videre eller for en begrenset tidsperiode. Søkeren angir sitt ønske her. Reklame som gjelder varer, tjenester eller arrangementer med tidsbegrenset aktualitet, kan normalt bare få innvilget et tidsbegrenset løyve.

### 9 Vedlegg til søknaden

- Kart med reklamen inntegnet

Dette vedlegget må følge søknaden. Kommunen vil som regel ha kartgrunnlag som en kan bruke. Kart finnes dessuten på ulike nettsteder som leverer karttjenester. Hvis det ikke finnes kartgrunnlag, kan en legge ved egen kartskisse i stedet.

- Tegning/skisse/fotomontasje av reklamen

Dette vedlegget må følge søknaden. Hvis det ikke foreligger en ferdig detaljtegning, kan en skissetegning vedlegges i stedet. Skissetegningen må imidlertid være slik at den kan danne grunnlag for behandling av søknaden. Bruk gjerne skissen i en fotomontasje.

- Foto(er) av reklamen

Hvis reklamen allerede er laget, kan foto legges ved, men foto kreves ikke for å behandle søknaden.

- Annet (beskriv)

Hvis det er forhold ved reklamen som søknadsskjemaet eller de andre vedleggene ikke dekker, kan disse opplysningene gis i eget vedlegg.

### 10 Underskrift

Søkeren må datere og underskrive søknaden.

## Vedlegg 3

### Eksempler på kunngjøringer og brev

Eksemplene gjelder for saksbehandling i Statens vegvesen.

### Eksempel 1 – Løyve til oppsetting av reklame

(Adressat: Søker)

#### LØYVE TIL OPPSETTING AV REKLAME

Vi viser til Deres søknad av (dato) om løyve til å sette opp reklame ved (forklar hvor).

Med hjemmel i vegloven § 33, annet ledd, gir vi Dem løyve til å sette opp reklame (beskriv reklamen nøyaktig). Reklamen skal plasseres (beskriv plasseringen av reklamen nøyaktig).

Utforming og plassering skal være i overensstemmelse med søknaden. (Eventuelt: eller med en endret utforming eller plassering som er drøftet med søkeren, og som beskrives nøyaktig)

Løyvet gis på følgende vilkår: (Ta med de aktuelle vilkårene)

(Vilkår for alle løyver):

- Flater på reklamekonstruksjonen som ikke inneholder reklame, men er eksponert mot vegtrafikken, skal ha nøytral farge, som for eksempel grå, mørk grønn eller mørk brun.
- Opplyst eller lysende reklame skal ikke ha et lysnivå som er høyere enn det generelle lysnivået i omgivelsene.
- Dersom reklamen er belyst eller lysende, skal lyset ikke tennes eller slukkes mens det er mørkt.
- Reklamen må vedlikeholdes. Vedlikeholdet skal gjelde så vel konstruktive deler som reklameflatene. Eksponerte reklameflater skal ikke forfalle slik at for eksempel tekst og budskap blir utvisket og vanskelig å oppfatte.
- Reklamen skal fjernes av eieren så snart innholdet mister sin aktualitet.
- Reklamekonstruksjonen skal inneholde reklameeierens navn, adresse og telefonnummer, slik at det er mulig for vegmyndigheten som kommer på stedet å identifisere eieren. Dette skal utføres i liten skrift, slik at det ikke fremstår som en «ekstra» reklame, men likevel er tydelig når en kommer helt innpå.
- Vegmyndighetene skal til enhver tid kjenne reklameeierens identitet. Dersom løyvehaver senere overdrar løyvet til andre, for eksempel i forbindelse med salg av firma, skal vegmyndighetene underrettes, slik at de til enhver tid vet hvem som er ansvarlig for at løyvevilkårene etterleves.

(Eventuelt: Tilleggsvilkår for løyve til reklametafler):

- Reklameplakatenes innhold, budskap og utforming skal være i samsvar med retningslinjene for reklame langs offentlig veg.

Løyvet gjelder inntil videre (Eventuelt: for et begrenset tidsrom som angis fra dato til dato).



Løyvet kan tilbakekalles etter skriftlig varsel når forholdene som ligger til grunn for løyvet endres. Dette kan være forhold på stedet som trafikkmengde, trafikktype, ulykkesfrekvens, fartsgrense eller vegens utforming. Løyvet kan tilbakekalles på samme måte dersom myndighetene endrer regler eller retningslinjer for reklame langs offentlig veg.

*(Det bør gis en frist til oppsetting av reklamen. Etter utløpet av fristen gjelder dette løyvet ikke, og det må søkes på nytt.)*

Dersom reklamen endres, flyttes eller vilkårene for løyvet ikke etterleves, vil vi med hjemmel i vegloven § 33, fjerde ledd, kunne treffe vedtak om fjerning uten at ytterligere forhåndsvarsel gis.

Vi gjør oppmerksom på at vi bare kan gi løyve etter vegloven. Vi har derfor ikke vurdert om reklamen er i strid med andre bestemmelser. Slike bestemmelser finnes bl.a. i plan- og bygningsloven og kulturminneloven. De bør derfor også henvende Dem til *(nevnt instansene)*.

*(Nevn aktuelle instanser)* vil bli varslet om vårt vedtak om løyve.

Med hilsen

Vedlegg: Vegloven § 33

*(Eventuelt: Melding om rett til å klage over forvaltningsvedtak)*

Kopi: Berørte parter

**Kommentar:**

Utforming og plassering av reklamen må angis nøyaktig i løyvet. Hvis det vises til kart, må kartet dateres og legges ved som en del av vedtaket.

Hvis regionvegkontoret ikke kan akseptere den omsøkte plassering, men en annen plassering, bør en kontakte søkeren, med mindre det er god grunn til å tro at søkeren også vil akseptere den nye plasseringen. Det samme gjelder hvis det er andre forhold som endres, f.eks. teksten. Gis det et løyve som ikke er i overensstemmelse med søknaden, må avviket begrunnes, og det må opplyses om klageregler osv. Se eksempel på avslag på søknad om løyve.

## Eksempel 2– Avslag på søknad om løyve

*Adressat: (Søker)*

### AVSLAG PÅ SØKNAD OM LØYVE TIL OPPSETTING AV REKLAME

Vi viser til Deres søknad av *(dato)* om løyve til oppsetting av reklame *(beskrivelse)* ved *(sted)*.

Vi har vurdert Deres søknad og kommet til at søknaden må avslås med hjemmel i vegloven § 33.

Etter vår vurdering vil Deres planlagte reklame dessverre ikke kunne aksepteres fordi den vil være trafikkfarlig. Reklamen vil bli trafikkfarlig fordi *(forklar hva trafikkbaren skyldes. Vurdering av trafikkfare i håndbokas kapittel 7 gir relevante momenter)*.

*(Eventuelt: Hvis Vegvesenet kan akseptere reklamen med en bestemt endring i utforming eller med en annen plassering, bør dette sies.)*

*(Eventuelt: Hvis Vegvesenet i stedet kan tilby normerte visningsskilt eller serviceskilt, bør dette gjøres.)*

Dette avslaget er et enkeltvedtak etter forvaltningsloven, og De kan derfor klage på det. En eventuell klage skal sendes regionvegkontoret, som vil sende den videre til klageinstansen som er *(Vegdirektoratet for riksveger, fylkeskommunen for fylkesveger)*. Klagefristen er tre uker fra De har mottatt dette avslaget. I klagen må De nevne hvilket vedtak De klager over og hvilken endring De ønsker. De bør også forklare hvorfor De mener avslaget bør omgjøres.

Flere opplysninger i saken kan gis av *(saksbehandler)*. Dersom De ønsker det, har De anledning til å se sakens dokumenter.

Med hilsen

Vedlegg: Vegloven § 33

Melding om rett til å klage over forvaltningsvedtak

Kopi: Berørte parter

**Eksempel 3 – Forhåndsvarsel om fjerning**

*(Adressat: Skilteier og/eller grunneier)*

**FORHÅNDSVARSEL OM FJERNING AV ULOVLIG REKLAME**

I forbindelse med registrering av ulovlig reklame langs riks- og fylkesveger i (angi område), har vi merket oss *(beskriv reklamen som er registrert og hvor det er registrert)*.

I følge våre opplysninger tilhører reklamen Dem.

Etter vår vurdering er Deres reklame trafikkfarlig og derfor ulovlig i henhold til vegloven § 33. Reklamen er trafikkfarlig fordi *(forklar hva trafikfare skyldes)*.

Vi vil komme til å fatte vedtak om fjerning av Deres reklame med hjemmel i vegloven § 33, fjerde ledd.

De har anledning til å komme med merknader før fjerningsvedtaket fattes. Slike merknader sendes regionvegkontoret senest 14 dager etter mottakelsen av dette brevet.

Dette brevet er å anse som et forhåndsvarsel i henhold til forvaltningsloven § 16.

Med hilsen

Vedlegg: Vegloven § 33

Kopi: Berørte parter

#### Eksempel 4 – Vedtak om fjerning av ulovlig reklame

*(Adressat: Skilteier og/eller grunneier)*

#### VEDTAK OM FJERNING AV ULOVLIG REKLAME

*(Vis til forhåndsvarsel)*

Etter vår vurdering er Deres reklame trafikkfarlig og derfor ulovlig i henhold til vegloven § 33. Reklamen er trafikkfarlig fordi *(forklar hva trafikkfaren skyldes)*.

Med hjemmel i vegloven § 33 fatter vi med dette vedtak om å fjerne Deres reklame *(forklar utforming og plassering så det ikke er tvil om hvilken reklame det gjelder)*.

De får en frist på tre uker fra dags dato til å fjerne reklamen selv. Hvis reklamen ikke er fjernet innen denne fristen, vil den bli fjernet av Vegvesenet uten ytterligere varsel. Materiellet vil i så fall bli brakt til *(angi sted)* hvor De kan hente det innen 3 måneder. Etter dette vil materiellet bli makulert. Vegvesenets kostnader for fjerning, oppbevaring og eventuell makulering må betales av Dem.

Vedtaket om fjerning er et enkeltvedtak etter forvaltningsloven, og De har derfor rett til å klage på det. En eventuell klage skal sendes regionvegkontoret, som vil sørge for at den oversendes klageinstansen som er *(Vegdirektoratet for riksveger, fylkeskommunen for fylkesveger)*.

Klagefristen er tre uker fra De har mottatt dette vedtaket. I klagen må De nevne hvilket vedtak De klager over og hvilken endring De ønsker. De bør også forklare hvorfor De mener regionvegkontorets vedtak bør omgjøres.

Flere opplysninger i saken kan gis av *(navn på saksbehandler)*. Dersom De ønsker det, har De anledning til å se sakens dokumenter.

Med hilsen

Vedlegg: Vegloven § 33

Melding om rett til å klage over forvaltningsvedtak

Kopi: Berørte parter

**Eksempel 5 – Vedtak om fjerning av særlig trafikkfarlig reklame**

*(Adressat: Skilteier og/eller grunneier)*

**VEDTAK OM OMGÅENDE FJERNING AV ULOVLIG REKLAME**

Etter vår vurdering er Deres reklame trafikkfarlig og derfor ulovlig i henhold til vegloven § 33. Reklamen er trafikkfarlig fordi *(forklar hva trafikkfaren skyldes)*.

Med hjemmel i vegloven § 33 fatter vi med dette vedtak om å fjerne Deres reklame *(forklar utforming og plassering så det ikke er tvil om hvilken reklame det gjelder)*.

Vi anser reklamen for så trafikkfarlig at den må fjernes straks uten forhåndsvarsel etter forvaltningsloven, slik det er hjemmel for i vegloven § 33, fjerde ledd.

Materiellet bringes til *(angi sted)*, hvor De kan hente det innen 3 måneder. Etter dette vil materiellet bli makulert. Vegvesenets kostnader for fjerning, oppbevaring og eventuell makulering må betales av Dem. Dersom De selv sørger for å fjerne reklamen, vil De unngå å bli belastet med slike kostnader.

Vedtaket om fjerning er et enkeltvedtak etter forvaltningsloven, og De har derfor rett til å klage på det. En eventuell klage skal sendes regionvegkontoret, som vil sørge for at den oversendes klageinstansen som er *(Vegdirektoratet for riksveger, fylkeskommunen for fylkesveger)*.

Klagefristen er tre uker fra De har mottatt dette vedtaket. I klagen må De nevne hvilket vedtak De klager over og hvilken endring De ønsker. De bør også forklare hvorfor De mener vedtaket bør omgjøres.

Flere opplysninger i saken kan gis av *(navn på saksbehandler)*. Dersom De ønsker det, har De anledning til å se sakens dokumenter.

Med hilsen

Vedlegg: Vegloven § 33

Melding om rett til å klage over forvaltningsvedtak

Kopi: Berørte parter

### Eksempel 6 – Oversendelse av klage til klageinstansen

(Adressat: Vegdirektoratet for riksveger / Fylkeskommunen for fylkesveger)

#### KLAGESAK: VEDTAK OM FJERNING AV REKLAME VED (STED)

Regionvegkontoret har (dato) truffet vedtak om å fjerne reklame (beskriv sted og/eller eier). Vedtaket er påklaget av (eier, annonsør e.l.) i brev av (dato).

Etter regionvegkontorets oppfatning er reklamen i strid med vegloven § 33, (angi leddet) ledd.

(Beskriv reklamens utforming og plassering, vis eventuelt til vedlagte fotografier og kart. Husk at Vegdirektoratet ikke kjenner forholdene på stedet. Det er ønskelig med:

- minst 2 fotografier
- oversiktskart (1:5000)
- vegident
- detaljkart 1:1000 med reklamen inntegnet
- ÅDT, evt. ulykkesdata)

(Forklar hvorfor denne reklamen er så trafikkfarlig at den må fjernes (begrunnelsen for vedtaket), vis eventuelt til vedtaksbrevet).

(Redegjør for når og hvordan regionvegkontoret ble oppmerksomme på reklamen, om det pågår aksjon for fjerning av reklame, eventuelle andre vedtak i nærheten. Dette er særlig av betydning hvis det klages på grunn av forskjellsbehandling).

Forhåndsvarsel ble sendt (adressat, dato).

(Skilteier) kom med uttalelse (dato).

(eventuelt kommentere uttalelsen hvis det ikke er gjort i vedtaket).

Vedtaket om fjerning ble sendt (dato).

Klagen ble mottatt (dato). Klagen er fremsatt i rett tid (eventuelt for sent).

(Gjennomgå alle forhold klageren påberoper seg i klagen hvis dette ikke er gjort tidligere. Gi opplysninger om eventuelle andre saker klageren viser til. Vis til og gjennomgå eventuell annen korrespondanse i saken, f.eks. krav om utsatt frist for fjerning).

Regionvegkontoret opprettholder sin avgjørelse av (vedtaksdato) og har gitt klagen oppsettende virkning/har ikke gitt klagen oppsettende virkning.

Klagen oversendes (*Vegdirektoratet/fylkeskommunen*) til endelig avgjørelse. Klager får ved gjenpart av denne oversendelsen en frist på 2 uker til eventuelt å komme med ytterligere merknader. Slike merknader sendes direkte til (*Vegdirektoratet/fylkeskommunen*).

Med hilsen

Kopi: Berørte parter

Vedlegg:

(Som vedlegg til klageinstansen skal det alltid følge:)

- Forhåndsvarsel (Forvaltningsloven § 16) Ikke der det er snakk om omgående fjerning, evt. varsel er gitt per telefon.
- Vedtaket (Forvaltningsloven Kap V)
- Klagen (Forvaltningsloven Kap VI)
- Eventuell annen korrespondanse eller tilleggsopplysninger
- Kart (Oversiktskart med inntegnet reklameplassering og evt. ulykkeskart/register)
- Fotografier

*(Vedlegg skal nummereres fortløpende i kronologisk rekkefølge. Samme nummer benyttes i oversendelsesbrevet til klageinstansen, med kort tekst og dato).*

### **Eksempel 7 – Melding på stedet om fjerning**

*Dette er en melding som plasseres på stedet der reklamen er fjernet. Den kan for eksempel festes på gjenstående stolpe. Slik melding kan brukes i hastesaker, som en midlertidig løsning inntil melding sendes skriftlig, og i saker der det er vanskelig å finne eieren.*

### **MELDING OM FJERNING AV ULOVLIG OPPSATT REKLAME**

Deres reklame er fjernet av Statens vegvesen fordi den:

- var i strid med vegloven § 33
- var plassert på Vegvesenets grunn, jf. vegloven § 57 annet ledd nr. 2

Nærmere opplysninger kan fås hos (*angi hvor, navn på saksbehandler og telefonnummer*)

Statens vegvesen



**Eksempel 8 – Melding om fjerning av reklame fra veggrunn**

*(Adressat: Skilteier og/eller grunneier)*

**MELDING OM AT ULOVLIG OPPSATT REKLAME ER FJERNET**

Statens vegvesenet har fjernet Deres reklame (*beskriv utforming og plassering*).

Reklamen var satt opp på vegens eiendomsområde uten tillatelse fra Vegvesenet, og er derfor blitt fjernet, jf. vegloven § 57 annet ledd nr. 2. De har på denne bakgrunn ikke krav på å få en klage på fjerningen behandlet etter forvaltningslovens regler.

Det kan opplyses om at Vegvesenet ikke ville gitt tillatelse om De hadde søkt.

Reklamen kan hentes på (*sted og adresse*) innen 3 måneder fra dags dato mot betaling av Vegvesenets kostnader for fjerning og oppbevaring av reklamen. Nærmere opplysninger kan fås hos (*angi hvor*). Etter at fristen er utløpt vil materialet bli makulert. Materiell uten særlig verdi, for eksempel paller og plakater, kan kasseres straks.

Med hilsen

Vedlegg: Vegloven § 57

## Eksempel 9 – Kunngjøring i pressen om fjerning av ulovlig reklame

### FJERNING AV ULOVLIG REKLAME – FORHÅNDSVARSEL

*(Eventuelt kan følgende innledning brukes: Statens vegvesen arbeider for å bedre trafiksikkerheten i Norge. Trafiksikkerhetsarbeidet er langsiktig og svært mangesidig, og omfatter alt fra kostnadskrevenende nye trafikkanlegg til hver enkelt trafikants holdning og adferd i trafikken. Vegvesenet arbeider for å redusere alle risikofaktorene i trafikken, og trafikkfarlig reklame er en av disse. Reklame kan bl.a være trafikkfarlig dersom den distraherer trafikantene eller hindrer fri sikt langs vegen eller i vegkryss. På denne bakgrunn vil..).*

Statens vegvesen vil *(angi tidsrom)* gjennomføre en aksjon for å fjerne ulovlig reklame langs *(angi strekninger eller områder, eventuelt hele fylket)*.

Vegvesenet vil fjerne reklame som er trafikkfarlig og dermed i strid med vegloven § 33. En eventuell klage over at reklame er fjernet med hjemmel i vegloven, kan sendes *(angi hvor)* innen tre uker etter at fjerningen har skjedd.

Vi vil samtidig fjerne all reklame som er plassert på Vegvesenets grunn, if. vegloven § 57 annet ledd nr. 2. For slik fjerning har reklameeiere ikke krav på vanlig klagebehandling.

Etter vegloven § 33 må det søkes om løyve for å sette opp reklame som er rettet mot offentlig veg eller er synlig for de som kjører på vegen. Unntatt er reklame for virksomhet plassert på bygningen der virksomheten holder til (egenreklame).

Reklameeiere kan søke om løyve eller be om at fjerning utsettes til *(angi tidspunkt, – bør være minst en uke før aksjonen starter så man rekker å vurdere henvendelsene)*.

Ulovlig reklame vil etter *(dato for aksjonsstart)* bli fjernet uten at nærmere varsel blir gitt. Fjernet materiell kan hentes *(angi hvor)* innen 3 måneder etter fjerningen, mot betaling av Vegvesenets kostnader for fjerning og oppbevaring av reklamen. Uavhentet materiell vil bli makulert.

Nærmere opplysninger om reklamereglene, klageadgang, fjernet reklame eller aksjonen for øvrig kan fås ved henvendelse til *(angi hvor – adressen til vegvesenet + [www.vegvesen.no](http://www.vegvesen.no))*.

Denne annonsen er å anse som et forhåndsvarsel etter forvaltningsloven.

*(Sted, dato)*

Statens vegvesen

## Eksempel 10 – Kunngjøring i pressen om fjernet reklame

### FJERNET REKLAME (LANGS VEGSTREKNING / I OMRÅDE)

I kunngjøring (*dato*) ble det opplyst at Statens vegvesen i tidsrommet (*angi tidsrom*) ville gjennomføre en aksjon for å fjerne ulovlig reklame (*angi strekninger eller områder*).

Vegvesenet har fjernet reklame som var trafikkfarlig og dermed i strid med vegloven § 33. Samtidig har vi også fjernet reklame som var plassert på Vegvesenets grunn, jf. vegloven § 57 annet ledd nr 2.

Reklameeier har rett til å klage over Vegvesenets vedtak om fjerning av reklame som Vegvesenet mente var i strid med vegloven § 33. Klagefristen er 3 uker fra i dag. Klagen sendes til Statens vegvesen i (*angi navn og adresse*). Nærmere opplysninger om fremgangsmåten ved klage fås ved henvendelse til (*angi adresse og telefonnummer*).

For fjerning av reklame som var satt opp uten tillatelse på Vegvesenets grunn har eieren ingen klageadgang.

Fjernet materiell kan hentes (*angi hvor*) innen 3 måneder fra i dag, mot betaling av Vegvesenets kostnader for fjerning og oppbevaring av reklamen. Uavhentet materiell vil bli makulert. Materiell uten særlig verdi, for eksempel paller og plakater, kan kasseres straks.

(*Sted, dato*)

Statens vegvesen

### Eksempel 11 - Løyve til oppsetting av reklame i forbindelse med salg langs veg

(Adressat: Løyvehaver)

#### LØYVE TIL OPPSETTING AV REKLAME I FORBINDELSE MED SALG LANGS VEG

De gis med dette løyve til midlertidig oppsetting av (*angi antall skilt*) reklameskilt i forbindelse med salg av (*angi produkt*).

Løyvet gis med hjemmel i vegloven § 33, som vedlegges.

Reklamen skal plasseres i forbindelse med salg (*forklar hvor salget skal foregå*). Løyvet til oppsetting av reklamen gjelder bare for salg på dette stedet eller på et annet sted som Vegvesenet anviser nærmere, slik at salget kan foregå uten fare for trafikksikkerheten.

Reklamen for produktet skal bare inneholde hva slags vare det gjelder og eventuelt avstanden til salgsstedet. Det er ikke tillatt å vise åpningstider, priser, tilbud eller pilsymboler. Det er tillatt å vise varen i form av symbol eller tegning. Eventuell tekst skal ha minst 140 mm teksthøyde.

Reklamen må plasseres utenfor vegskulder og må ikke være sikthindrende.

Reklamen skal festes forsvarlig, slik at den er sikret mot for eksempel å blåse inn på kjørebanelen.

Løyvet gis for et begrenset tidsrom og gjelder fra (*dato*) til (*dato*). Løyvehaveren plikter å dekke til eller midlertidig fjerne reklamen utenom sine salgstider. Løyvehaveren er ansvarlig for å fjerne reklamen så snart salgsvirksomheten er avsluttet og senest når løyvet utløper.

Med hilsen

Kopi: Funksjonsentreprenør

## Vedlegg 4

### Lovgrunnlag

Vedlegget inneholder utdrag av Odelstingsproposisjon nr. 5 (1993–94), vegloven § 33, § 57 og § 58 samt forskrift om forbud mot variabel reklame langs offentlig veg i fulltekst. Andre lover og forskrifter er omtalt i Kapittel 1.

### Utdrag av Odelstingsproposisjon nr 5 (1993–94)

#### III Nærare om framlegga til endring av § 33

Veglova § 33 gir ei avgrensa heimel til å sette forbod mot og til å fjerne reklameskilt og liknande innretning. Departementet finn ikkje grunn til å gå nærare inn på omgrepet «reklame», bortsett frå at dette omgrepet ikkje omfattar offentlege kunngjeringar og heller ikkje offentlege trafikkskilt eller skilt sette opp av vegstyresmaktene med opplysningar om tiltak vedrørande vegen som kan vere av interesse for trafikantane.

Veglova av 1912 hadde i § 40 eit forbod mot reklame ved offentlig veg. Motiveringa var opphavelig at slike skilt var skjemmande i naturen og dessutan at dei kunne distrahere bilførarar. Veglova av 1963 behandlar reklamespørsmålet i § 33, og gjennom praksis er omsynet til sikhindring og distraksjonsfare blitt dominerande, medan omsynet til at skilt kan vere skjemmande har vore behandla etter naturvernlova (§ 15) og plan- og bygningslova (§ 107).

I Ot.prp. nr 53 (1961–62) «Om ny veglov» s. 85, andre spalte sa departementet m.a.: «Det er på det rene at reklameskilt langs vegene er egnet til å tiltrekke de vegfarendes oppmerksomhet. Skiltene distraherer, og oppmerksomheten trekkes vekk fra vegen og trafikken. Skiltene vil også kunne forveksles med trafikkskilt eller skjule disse. Særlig farlig er at reklamen kan trekke oppmerksomheten bort fra trafikksignal, trafikkskilt og vegoppmerking, og i det hele bevirke at disse ikke får tjene sine formål. Disse forhold får særlig aktualitet på viktigere veger med flere kjørefelt og stor og hurtig trafikk.»

Desse tilhøva er forsterka i dei seinare åra, og det er ikkje berre på dei store vegane med stor trafikk at distraksjonsfaren gjer seg gjeldande. Type og karakter på reklamen har òg endra seg. No er det mange reklameinnretningar som i større grad enn før kallar på trafikantane si merksemd og interesse. Det er vanskeleg å isolere verknaden av distraksjonsfaren som risikofaktor.

Ei hovudinnvending har vore at vegstyresmaktene til no ikkje har vitskapeleg støtte for at reklamen i røynda har nokon slik innverknad på trafikantane at den fører til trafikkuhell. Sjølv om det ikkje konkret kan dokumenterast kor trafikkarleg reklamen er, kan reklame som rettar seg mot trafikantane, etter departementet si vurdering, vere ein distraksjonsfare

og dermed trafikkfarleg. Dette gjeld mellom anna reklame som er profesjonelt utforma for å vere synleg og dra trafikantane si merksemd til seg.

Vegdirektoratet har i 1990 med heimel i § 33 siste ledd, fastsett forskrift om forbod mot oppsetting av innretningar med rørleg og varierende reklame.

Sjølv om næringslivet har behov for marknadsføring, meiner departementet at reklamen har mange andre kanalar enn reklame langs vegane. Vegstyresmaktene har ei plikt til å syte for at andre bodskap når fram til trafikantane. Dei har krav på god rettleiing ved oppmerking og skilt. Skilt med stadnamn og visningsskilt må ha minst mogleg konkurranse. Det same gjeld opplysningsskilt for tenesteyting som vegtrafikantane treng. Det er viktig at trafikantinformasjon blir sett og respektert.

Ein regel som avgrensar høvet til å drive reklame etter vegane vil, foruten å vere ein lekk i trafiktryggleiksarbeidet, òg vere ein måte å verne vegen og dei investeringane som samfunnet har gjort i vegnettet for å få gode, sikre og effektive transportårar. Dess viktigare veg, dess strengare bør praktiseringa av regelen vere, og det er særleg hovudvegnettet med høg fart og stor trafikk som vegstyresmaktene bør rette si merksemd mot.

Det har vore reist tvil om § 33 gir tilfredsstillande heimel for vegstyresmaktene til å nekte reklame ved å vise til distraksjonsfaren. Dette spørsmålet har vore bragt fram for Høgsterett, som i ordskurd så seint som i 1989 ga vegstyresmaktene medhald (høgsterettsdom i RT 1989 s 1026).

Departementet foreslår derfor at ordlyden/føresegnene i § 33 om desse tilhøva gis utforming i samsvar med det rettslege innhaldet i § 33 i røynda har i dag.

## Vegloven (lov 1963-06-21 nr. 23) - § 33, § 57 og § 58

*§ 33. Reklameskilt eller liknande innretning må ikkje utan løyve plasserast ved offentleg veg eller plasserast slik at dei er retta mot vegtrafikken eller er synleg for dei vegfarande. Reklameskilt eller liknande innretning som syner namnet åt ei verksemd eller kva verksemd det er, eller som på annan måte reklamerer for verksemda, kan likevel plasserast på bygningane åt verksemda utan løyve. Finn vegstyremakta at eit slikt reklameskilt eller liknande innretning er trafikkfarleg, kan ho gi påbod om å fjerne dette etter regelen i fjerde ledd.*

*Løyve kan gjevast inntil vidare eller for ei avgrensa tid dersom vegstyremakta finn at reklameskiltet eller innretninga ikkje vil vere trafikkfarleg. Som trafikkfarleg reklame rekner ein innretning som kan takast for trafikksignal, vegskilt eller vegmerking, eller hindre den frie sikta langs vegen, eller som kan trekkje dei vegfarande si merksemd vekk frå vegen eller trafikken.*

Med sikte på å unngå fare for dei vegfarande, kan departementet sette forbod mot visse slag reklameskilt og liknande innretningar og mot å sette slike skilt og innretningar på visse stader eller ved visse vegstrekningar.

Blir reklameskilt eller liknande innretning plassert i strid med det som er fastsett i eller med heimel i denne lova, eller blir reklameskiltet eller innretninga endra slik at desse blir i strid med lova, kan vegstyremakta straks syte for at dei blir tekne bort, flytta eller endra. Den ansvarlege lyt då bere kostnaden, dersom han ikkje sjølv syter for å ta bort, flytte eller endre reklameskiltet eller innretninga innan ein fastsett frist. Dersom vegstyremakta finn det naudsynt av omsyn til trafikktryggleiken, kan førehandsvarsel etter forvaltningslova unnlatast. Varsel som gjeld mange einskilde partar kan kunngjerast i eit blad som blir vanleg lese på staden.

Avgjerd etter første, andre og fjerde ledd blir teken av regionvegkontoret for riksvegar og fylkesvegar, og av kommunen for kommunale vegar.

**§ 57.** Det er forbode å skade offentlig veg eller å skade eller ta bort innretning som høyrer til offentlig veg.

På eigedomsområdet til offentlig veg er det forbode utan løyve frå vegstyremakta

- 1) å grave, sprengje, ta bort masser, hogge tre eller gjere anna inngrep,
- 2) å sette reklameinnretning eller anna innretning, å legge tømmer, ved, stein, torv, byggemateriale eller anna på annan stad enn der det er laga særskilt offentleg opplagsplass til slik bruk.
- 3) å kaste eller legge søppel, ugras e.l. eller å leide inn kloakkvatn eller drenevatn.

Heilt nær offentlig veg er det utan løyve av vegstyremakta forbode å legge søppel e.l. på ein slik måte at det kan verke skjemmande eller sjenerande for dei vegfarande eller for drifta av vegen.

Det er forbode å la dyr beite på inngjerda offentlig veg eller å tjore dyr slik at dei kan kome inn på eigedomsområdet til offentlig veg.

**§ 58.** På den ansvarlige eller eigaren sin kostnad kan skade som er gjort gjennom brot på føresegnene i § 57, første, andre eller tredje ledd utbetrast, og ting som er lagde eller kasta i strid med dei nemnde føresegnene, kan takast bort eller flyttast. Når tømmer eller anna er lagt på offentlig veg utanfor verksemd, bygg, forretning eller liknande, som endelig eller mellombels skal ta over det som er lagt der, er òg verksemda ansvarlig for betaling av dei utgiftene som er nemnde ovanfor.

Politiet kan ta seg av dyr som i strid med føresegnene i § 57, fjerde ledd, er komne inn på offentlig veg eller eigedomsområdet til offentlig veg. Kan dyret ikkje straks leverast attende til eigaren eller nokon på hans vegner, kan politiet sette det inn. Reglane i kap. II i lov av 16. juni 1961 om ymse beitespørsmål gjeld i så fall tilsvarende.

## Forskrift 1990-05-23 nr. 380 om forbud mot variabel reklame langs offentlig veg.

**§ 1.** *Langs offentlig veg er det forbudt - med unntak som fremgår av § 2 - å sette opp variable reklameskilt eller lignende innretning hvor budskapet eller bildet endres eller skiftes mer enn en gang i døgnet. Forbudet gjelder uansett om vekslingen skjer mekanisk, elektronisk, optisk eller på annen måte.*

*Forbudet gjelder uten begrensning i avstand fra veg, dersom budskapet er rettet mot trafikantene eller kan oppfattes på denne måte.*

**§ 2.** *Forbud mot variabel reklame i tettbygd strøk.*

*I tettbygd strøk langs veger med fartsgrense 50 km/t eller lavere, gjelder forbud som nevnt i § 1 bare ved signalregulerte kryss og ved rundkjøringer. Etter søknad kan vedkommende vegmyndighet gi dispensasjon fra forbudet i denne paragraf.*

**§ 3.** *Ikrafttreden og overgangsregler.*

*Denne forskrift trer i kraft straks.*

*Forskriften gjelder også variable reklameskilt og lignende innretninger oppsatt før forskriften er satt i kraft.*

*Innen ett år fra forskriften er trådt i kraft eller fartsgrensen på vedkommende sted er hevet til over 50 km/t, skal slik reklame, som hittil har vært lovlig, være fjernet/rettet. Vegmyndigheten kan kreve tidligere fjerning/retting.*



## Vedlegg 5

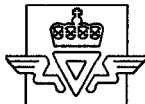
NA-rundskrivet viser til håndbøker med deres "gamle" nr.

Det gjelder følgende:

Håndbok 190 som nå skal bli V323

Håndbok 062 som nå skal bli R310

Håndbok 231 som nå skal bli N101



## Statens vegvesen

### Notat

Til: 0.Postmottak sør, 0.Postmottak øst,  
0.Postmottak vest, 0.Postmottak midt,  
0.Postmottak nord

Fra:

Kopi:

Saksbehandler/innvalgsnr:

Kjersti Bakken - 22073499

Vår dato: 27.09.2010

Vår referanse: 2010/186200-001

### NA-RUNDSKRIV NR. 10/10

## Retningslinjer for bruk av masteskilt og andre reklameanordninger ved bensinstasjoner og matserveringssteder

Dette rundskrivet erstatter NA-rundskriv nr. 2006/12 av 26. september 2006. Rundskrivet er i all hovedsak en videreføring av tidligere rundskriv, men slik at det åpnes for at også matserveringssteder kan få vise åpningstid i masteskiltet.

### 1. Innledning

Statens vegvesen har ved bestemmelser gitt i vegloven § 33 hjemmel til å gi tillatelser og stille betingelser til hvordan reklameskilt skal utformes. I tillegg gir plan- og bygningsloven (kommunene) føringer og vilkår for reklame langs offentlig veg.

I lovverket er det gitt strenge restriksjoner på bruk av reklame langs offentlig veg. Reklameskilt og andre orienterende skilt spesielt beregnet for de vegfarende står imidlertid i en særstilling i forhold til annen reklame. Vi aksepterer derfor at bensinstasjoner og matserveringssteder innen rimelige grenser får adgang til å gi seg til kjenne ved oppsetting av spesielle reklameskilt.

Fra vegmyndighetens side er det imidlertid særlig hensynet til å ivareta trafikksikkerheten som er avgjørende for vår holdning til sakene. Slike reklameskilt må ikke trekke oppmerksomheten vekk fra veg og trafikkforholdene (distraksjonsfare) og være slik plassert at de hindrer den frie sikten langs vegen eller være til hinder/fare for annen trafikk i området.

På riks – og fylkesveger kan Statens vegvesen gi løyve etter bestemmelsene i vegloven § 33 og tillate bensinstasjoner og matserveringssteder å sette opp spesielle reklameskilt. Det er viktig at praksis ved slike løyver er mest mulig ensartet fra region til region. Regionene skal derfor legge disse retningslinjene til grunn ved behandling av slike saker.

De retningslinjene som er gitt her innebærer ingen generell tillatelse for reklame ved bensinstasjoner og matserveringssteder. Det må derfor i hvert enkelt tilfelle søkes om løyve til

Postadresse  
Statens vegvesen  
Vegdirektoratet  
Postboks 8142 Dep  
0033 Oslo

Telefon: 02030  
Telefaks: 22 07 37 68  
firmapost@vegvesen.no

Org.nr: 971032081

Kontoradresse  
Brynsengfaret 6A  
0667 OSLO

Fakturaadresse  
Statens vegvesen  
Regnskap  
Båtsfjordveien 18  
9815 VADSØ  
Telefon: 78 94 15 50  
Telefaks: 78 95 33 52

oppsetting av reklameskilt. Dette gjelder både for oppsetting av nye reklameskilt og for endringer av eksisterende reklameskilting. Regionene må vurdere hver sak individuelt og treffe enkeltvedtak som i andre reklamesaker. De nærmere betingelser for løyve må angis for hvert enkelt vedtak. Dette er ikke minst viktig for å sikre at tilfredsstillende siktforhold og skiltplassering vurderes særskilt, og for oppfølging av at vilkårene følges.

Punkt 2, 3, 4 og 5 er generelle betingelser som gjelder for både bensinstasjoner og matserveringssteder. For matserveringssteder framgår i tillegg særskilte krav og begrensninger av punkt 3.1, for bensinstasjoner av punkt 3.2.

## **2. Betingelser for å tillate reklameskilt**

I tillegg til de krav og begrensninger som er gitt i etterfølgende retningslinjer, skal følgende betingelser være oppfylt før det gis løyve:

- Bensinstasjonen/matsserveringsstedet skal ligge i tilknytning til vegen med maks. avstand ca 200 m og være spesielt tilrettelagt for de vegfarende
- Avkjørselsforholdene skal være godkjent av Statens vegvesen etter de til enhver tid gjeldende retningslinjer
- Alle skilt, lysanordninger og lignende som settes opp skal i hvert enkelt tilfelle være godkjent av Statens vegvesen. Det fremheves at flaggstenger, flagg – og vimpelrekker, frittstående seil, figurer og lignende anses som reklame som kommer inn under uttrykket "liknande innretning" i vegloven § 33. Jfr. håndbok 190.
- Den ansvarlige for driften av bensinstasjonen/matsserveringsstedet skal akseptere å avstå fra all annen frittstående reklame, fast eller flyttbar, som er rettet mot vegtrafikken eller er synlig for de vegfarende.

## **3. Informasjon som kan tillates vist på skilt mot vegen**

I tråd med bestemmelsene i vegloven § 33 skal det vurderes om informasjonen er nyttig, og gir nødvendige opplysninger og god rettleiding for trafikantene.

Det er viktig at utformingen av reklameskiltene gjøres slik at trafikantene har en rimelig mulighet til å oppfatte og forstå informasjonen under fart uten at oppmerksomheten i for stor grad trekkes bort fra de øvrige veg- og trafikkforholdene på stedet. Videre må den informasjonsmengden som tillates være lett å oppfatte og lesbar på tilstrekkelig avstand. I håndbok 190 "Reklame og trafikkfare" står det at en reklame ikke bør inneholde mer enn 8 ord, symboler, bilder og tallkombinasjoner til sammen. En må derfor søke å gjøre skiltene enklest mulig og unngå bruk av unødvendig innhold på skilter som skal vise informasjon mot vegen.

### **3.1 For særskilte matsserveringssteder gjelder:**

Forutsetningen for å imøtekomme skilting er at matsserveringsstedet serverer varme middagsretter i egne lokaler med bord og stoler.

Stedet skal ha kommunal bevilling til å drive slik virksomhet i henhold til serveringsloven, og skal være åpent for alle vegfarende minst 8 timer hver dag.

For øvrig gjelder følgende:

1. Informasjonen skal samles på ett oppsettingspunkt, for eksempel på et masteskilt.
2. Dersom matserveringsstedet har to innkjøringer som ligger langt fra hverandre kan ett masteskilt for hver kjøreretning tillates (se punkt 4). I innkjøringer som er regulert med offentlig forbudskilt (for eksempel skilt 330 svingeforbud/og eller skilt 302 innkjøring forbudt) skal masteskiltet være ensidig. Informasjonen i masteskiltet skal da bare henvende seg til aktuell kjøreretning.
3. Logo (eller tilsvarende) skal vises øverst på masteskiltet.
4. Det kan gis informasjon om åpningstid.
5. Størrelsen på den totale skiltflaten skal maks være 6 m<sup>2</sup>.
6. På reklameskilt som bare inneholder tekst skal bokstavenes teksthøyde være minst 200 mm.
7. Eventuelle inn- og utskilt skal bare ha tekst "Inn", "Ut" eller pilsymbol, og må ikke utformes slik at de kan forveksles med offentlige trafikkskilt (for eksempel skilt nr 526 "Envegskjøring"), eller plasseres slik at de kan lede til kjøring i strid med trafikkreguleringer på stedet, for eksempel svingeforbud eller envegskjøring. Inn- og utskilt skal bare henvende seg til den aktuelle kjøreretning. Maks tillatt areal er 0,5 m<sup>2</sup> for hvert skilt.
8. Utenfor tettbygd strøk og på steder med spredt og middels tett bebyggelse skal maksimal høyde på masteskiltet være 12 meter. I tettbygd strøk skal masteskiltet ikke være høyere enn 7 meter.

### 3.2 For bensinstasjoner gjelder følgende:

1. Informasjonen skal samles på ett oppsettingspunkt, for eksempel på et masteskilt.
2. Dersom bensinstasjonen har to innkjøringer som ligger langt fra hverandre kan ett masteskilt for hver kjøreretning tillates (se punkt 4). I innkjøringer som er regulert med offentlig forbudskilt (for eksempel skilt 330 svingeforbud/og eller skilt 302 innkjøring forbudt) skal masteskiltet være ensidig. Informasjonen i masteskiltet skal da bare henvende seg til aktuell kjøreretning.
3. Logo skal vises øverst på masteskiltet.  
Størrelsen på den totale skiltflaten begrenses til følgende:
  - a. Masteskiltet: Maks 10 m<sup>2</sup> samlet flate, herav maks 5 m<sup>2</sup> til annen informasjon enn logoen. Det tillates ikke at skiltet har felt uten budskap fordi skiltflaten da kan bli unødvendig stor.
  - b. Inn- og utkjøringsskilt: Maks 0,5 m<sup>2</sup> for hvert skilt.
4. På skilt som bare inneholder tekst skal bokstavenes teksthøyde være minst 200 mm. På skilt som angir åpningstid eller drivstoffpris skal høyden på tallene være minst 200 mm. Supplerende tekst på slike skilt kan ha redusert størrelse, men teksthøyden bør ikke være mindre enn 100 mm.
5. Pristilbud på drivstoff bør begrenses til maks. tre prisangivelser.
6. Eventuelle inn- og utskilt skal bare ha tekst "Inn", "Ut" eller pilsymbol, og må ikke utformes slik at de kan forveksles med offentlige trafikkskilt (for eksempel skilt nr 526 "Envegskjøring"), eller plasseres slik at de kan lede til kjøring i strid med trafikkreguleringer på stedet, for eksempel svingeforbud eller envegskjøring. Inn- og utskilt skal bare henvende seg til den aktuelle kjøreretning.

7. Utenfor tettbygd strøk og på steder med spredt og middels tett bebyggelse skal maksimal høyde på masteskiltet være 12 meter. I tettbygd strøk skal masteskiltet ikke være høyere enn 7 meter.

Disse begrensningene innebærer at det må gjøres et valg av hvilken informasjon som skal vises på masteskiltet i direkte tilknytning til vegen eller avkjørselen. Informasjon som ikke får plass på dette masteskiltet, skal først gis etter at avkjøringen er foretatt. Det må påses at denne informasjonen er plassert slik at den ikke er synlig for kjørende og/eller er til hinder for fotgjengere, syklistene og annen trafikk i området.

#### **4. Krav til skiltenes plassering og synbarhet**

Masteskilt skal normalt stå i direkte tilknytning til anlegget, dvs. på området til bensinstasjonen/matsserveringsstedet. Annen plassering kan gjøres dersom det er nødvendig for at reklameskiltet skal være synlig på tilstrekkelig lang avstand.

Bensinstasjon/matsserveringssted som ligger i direkte tilknytning til vegkryss, kan ha to masteskilt dersom det er vanskelig å plassere ett skilt slik at det gir tilfredsstillende lesbarhet fra begge vegene stasjonen/serveringsstedet betjener. På motorveger og andre veger med planskilte kryss, skal eventuell forvarsling og vegvisning skje ved serviceskilt og avkjøringsvegviser som angitt i skiltnormalen (håndbok 050). Det skal ikke tillates at ekstra masteskilt settes opp som forvarsling.

Ingen mast eller skiltstolpe må stå nærmere vegkant enn 3,0 meter, og ingen skiltedel må komme nærmere vegkant enn 1,8 meter. (vegkant definert som i vegnormalene). For masteskilt gjelder i tillegg Håndbok 062 Trafikksikkerhetsutstyr del 5 og Håndbok 231 Rekkverksnormalenes krav til sikkerhetsavstand og krav om bruk av ettergivende master eller annet oppsettingsutstyr der omsøkte plassering definerer slike funksjonskrav. Dersom skilt unntaksvis må tillates å rage ut over fortau eller separat gang- og sykkelveg, skal fri høyde til underkant skilt være minst 3,0 meter. Skilt skal ikke plasseres i trafikkdel mellom bilveg og gang- og sykkelveg.

De angitte avstander er minimumsmål. Regionen kan fastsette større avstand ut fra stedlige forhold og hensyn til trafikksikkerheten på stedet.

Ingen masteskilt må plasseres slik at de hindrer den frie sikt langs vegen, eller sikten i stasjonenes/serveringsstedets utkjøring eller i nærliggende vegkryss. Dersom masteskilt må plasseres i siktområdet, skal underkant av skiltet stå minst 3,0 meter over bakken.

Masteskiltene kan ha fast innvendig eller utvendig belysning. Det må ikke virke blendende eller på annen måte sjenerende for trafikken på vegen. Det samme gjelder eventuelle lysborder på bygningen eller takoverbygg. Reflekterende skiltfolie tillates ikke.

#### **5. Forholdsregler ved oppsetting av ulovlig reklame og mislighold av betingelser gitt i løyve**

Ved oppsetting av løsfotreklame mot vegtrafikken, informasjon som ikke er godkjent i masteskiltet, eller annet mislighold av de betingelser regionvegkontoret har satt for det aktuelle løyve, skal den ansvarlige for bensinstasjonen/matsserveringsstedet meddeles en

rimelig frist for å bringe forholdene i orden. Dersom dette ikke skjer, eller ved gjentatt mislighold av skal løyve trekkes tilbake og de reklameskilt som løyve omfatter fjernes.

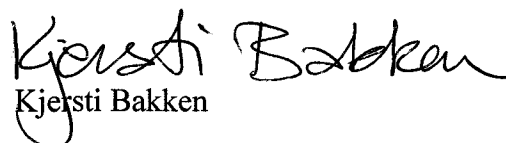
Fremgangsmåten ved fjerning av reklameskiltene er den samme som for annen ulovlig reklame, jfr. vegloven § 33, fjerde ledd. Vedkommende oljeselskap eller matserveringssted skal holdes orientert ved kopier av vedtak og annen korrespondanse i saken.

Seksjon for trafikkforvaltning

Med hilsen



Ivar Christiansen  
avdelingsdirektør



Kjersti Bakken



[www.vegvesen.no/Fag/Publikasjoner/Handboker](http://www.vegvesen.no/Fag/Publikasjoner/Handboker)

ISBN-978-82-7207-623-7

**Trygt fram sammen**