

Trafiksikkerhed og lysreklamer

– Et hjælpeværktøj



Vejdirektoratet



Trafiksikkerhed og lysreklamer

- Et hjælpeværktøj

Dato:

19. december 2018

Copyright:

Vejdirektoratet, 2018

Afdeling:

Plan og myndighed, Middelfart

Indhold

Indledning	4
Miljø og omgivelser	6
Placering af reklamen	12
Reklamens indhold og budskab	16
Udformning og tekniske krav	17
Bilag	19

Trafiksikkerhed og lysreklamer

- Et hjælpeværktøj

Vejdirektoratet har udarbejdet et fagligt hjælpeværktøj til vurderingen af de trafik-sikkerhedsmæssige konsekvenser, som lysreklamer langs veje kan have.

Hjælpeværktøjet indeholder dokumentation og faglig rådgivning i forbindelse med trafik-sikkerhedsmæssig myndighedshåndtering af lysreklamer langs veje. De konkrete råd i hjælpeværktøjet er baseret på danske og internationale undersøgelser af lysreklamer og distraktioner samt Vejdirektoratets folder "Reklame og trafikfare", Vejdirektoratet 2015. Hjælpeværktøjet er udarbejdet, fordi der i takt med øget anvendelse af lysreklamer bl.a. langs veje har vist sig behov for at indsamle viden og udarbejde et fagligt grundlag, som kan udgøre rammen for ensartet sagsbehandling i Vejdirektoratet.

En reklame er et reklame- eller propagandaskilt. Herunder regnes også afbildninger, flag, fast forøjrede balloner og køretøjer (definitioner efter Naturbeskyttelsesloven).

Lys betyder, at reklamen er belyst enten indvendigt eller udvendigt eller projiceret på bygninger eller andre genstande.

Vejdirektoratet har valgt at dele materialet med øvrige vejmyndigheder og med politiet, da disse arbejder med tilsvarende problemstillinger. I sagens natur er det disse myndigheders eget valg om og i givet fald hvordan, materialet anvendes.

Det er forventningen, at der – i takt med at der indhentes erfaringer med anvendelse af materialet – vil vise sig behov for tilpasninger og justeringer. Vejdirektoratet vil løbende vurdere dette og indhente erfaringer fra andre myndigheder i det omfang, materialet anvendes.

I Bilag 1 er der en tjekliste, der kan bruges til vurdering af en konkret lysreklame.

Der henvises flere steder til de danske [Vejregler](#).

Til vejledningen hører et [baggrundsnotat](#), som indeholder uddybende information om og henvisninger til lysreklamer og trafikfare.

Baggrund

I takt med at det er blevet billigere og lettere at fremstille lysreklamer, modtager vejmyndighederne og politiet i stigende omfang henvendelser om muligheder og trafikikkerhedsmæssige udfordringer i forhold til lysreklamer langs statsvejene. Det giver et behov for at finde et fagligt grundlag for vejledning og sagsbehandling.

Hertil kommer, at trafikken stiger, og konsekvenserne af manglende opmærksomhed, der kan føre til trafikuheld, bliver større. Lysreklamer kan desuden forveksles med signaler eller skiltning eller hindre udsyn.

Lovgivning på området

I Danmark er området reguleret af:

- Lov om offentlige veje: Giver vejmyndigheder mulighed for regulering i forhold til vejbyggelinjer og vejareal. Administreres af Vejdirektoratet for statsveje og af kommuner for øvrige veje.
- Naturbeskyttelseslovens §21: Forbyder friluftsklamer i det åbne land - administreres af kommuner og Vejdirektoratet
- Færdselslovens §99 stk. 2 og 3 omhandler vildledende afmærkning mv. - administreres af politiet.

Derudover kan den enkelte kommune indføre bestemmelser om skiltning i lokalplaner og eventuelt udarbejde særlige politikker for skiltning.

Installation af lysreklamer på bygninger er normalt omfattet af byggelovgivningen, som ligeledes administreres af kommunerne.

Vejledningens gode råd kan bruges ved det skøn, der skal udøves, når placering af en lysreklame skal vurderes efter gældende lovgivning – både i forhold til en ansøgt placering og ved vejledning om en anden trafikikker placering.

Vejledningens gode råd kan også bruges ved opstilling af lysreklamer, der ikke kræver en egentlig tilladelse efter gældende lovgivning, men hvor der ønskes en så trafikikker placering som muligt.

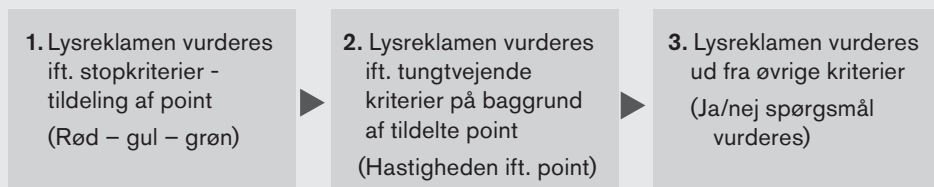
I de tilfælde hvor sagsbehandleren skal træffe en egentlig afgørelse og ikke blot give en anbefaling, bør sagsbehandleren være opmærksom på, at vejmyndigheden efter vejloven har såvel ret som pligt til at foretage et konkret skøn i hvert enkelt tilfælde. Sagsbehandleren skal dermed vurdere, om der er grundlag for at fravige de retningslinjer, der er opstillet i denne vejledning, herunder afveje hensynene bag retningslinjerne mod ansøgerens grunde til at ansøge (økonomiske årsager, alternative muligheder for placering mv.), samt vurdere om der foreligger andre relevante forhold, som ikke er medtaget i vejledningen. Det følger af det forvaltningsretlige princip om ikke at sætte skøn under regel.

Indhold

Vejledningen er opbygget, så man kan udføre en trinvis vurdering:

- **1-2. Vurdering af miljø og omgivelser**
- **3. Vurdering af øvrige forhold (placering, indhold og udformning)**

Den første del af vurderingen (miljø og omgivelser) er udformet med et point-system, mens vurdering af øvrige forhold er en række konkrete kriterier, der bør tages stilling til, hvis der ønskes opsat lysreklamer langs vejene. Vurderingen kan dokumenteres ved at udfylde en tjekliste, som findes som bilag til vejledningen.



Miljø og omgivelser

Vejen, dens omgivelser og trafikmønsteret kan være så komplekst i forvejen, at lysreklamer kan øge risikoen for ulykker. Miljø og omgivelser vurderes på 2 niveauer:

1. Tungtvejende kriterier: forhold, som i sig selv bør give anledning til restriktioner mod lysreklamer

Vurderes ud fra et skema, som enten betyder, at lysreklamer ikke kan anbefales, eller som resulterer i et antal point. Disse point indgår i en samlet vurdering sammen med de øvrige forhold, som undersøges.

2. Opmærksomhedskrævende kriterier: forhold, som i kombination med øvrige faktorer bør give anledning til restriktioner mod lysreklamer:

Vurderes ud fra det samlede antal point opnået i den forudgående vurdering. Mange point betyder gode muligheder for opsætning af lysreklame.

1. Forhold som i sig selv bør give anledning til restriktioner mod lysreklamer

Komplicerede strækninger og strækninger med krævende trafikmønster.

Dette omfatter strækninger med mange vognbaneskift, stort behov for at navigere og for at orientere sig mod vejvisning og placere sig korrekt.

Lysreklamer bør ikke opsættes på	Lysreklamer kan opsættes afhængigt af øvrige forhold på	Lysreklamer kan opsættes afhængigt af øvrige forhold på
Strækninger med: ▪ Hyppige vognbaneskift i begge retninger, fx før/ efter motorvejskryds ▪ Flettestrækninger ▪ Omkring store kryds med 3 eller flere vognbaner i hver retning (inkl. svingbaner) ▪ Strækninger med stort behov for at orientere sig/placere sig rigtigt	Strækninger med: ▪ Moderat antal vognbaneskift ▪ Strækninger før større kanaliserede kryds med 2 vognbaner i hver retning (inkl. svingbaner) ▪ Strækninger med normalt orienteringsbehov	Strækninger med: ▪ Begrænset eller ingen vognbaneskift (1 vognbane i hver retning) ▪ Ingen ind-/udfletning) ▪ Lavt eller intet orienteringsbehov
Lysreklamer bør ikke tillades	Point: 1	Point: 2

Figur 1: Vurdering af trafikmønster og kompleksitet



Kompliceret strækning.

Sidevejstilslutninger og adgange

En høj andel af sidevejstilslutninger og overkørsler kan bidrage til strækningens kompleksitet. Det samme gælder en høj andel af bløde trafikanter.

Lysreklamer bør ikke opsættes på	Lysreklamer kan opsættes afhængigt af øvrige forhold på	Lysreklamer kan opsættes afhængigt af øvrige forhold på
Strækninger med: ▪ 4 eller flere sidevejstilslutninger og adgange pr. 500 m	Strækninger med: ▪ 2-4 sidevejstilslutninger og adgange pr. 500 m	Strækninger med: ▪ Færre end 2 sidevejstilslutninger og adgange pr. 500 m
Lysreklamer bør ikke tillades	Point: 1	Point: 2

Figur 2: Vurdering af sidevejstilslutninger og adgange



Mange adgange.

Forhold for bløde trafikanter

Bløde trafikanter fylder visuelt mindre i vejens omgivelser og kræver dermed større opmærksomhed fra de øvrige trafikanter, fx ved højresving. Manglende faciliteter for bløde trafikanter betyder, at de må færdes i køresporet, fordi der ikke er cykelsti eller fortov.

Lysreklamer bør ikke opsættes på	Lysreklamer kan opsættes afhængigt af øvrige forhold på	Lysreklamer kan opsættes afhængigt af øvrige forhold på
Strækninger: ▪ Uden cykelsti/fortov ▪ Uden krydsningsfaciliteter	Strækninger: ▪ Med begrænsede faciliteter som fx fællesstier	Strækninger: ▪ Med cykelsti og fortov ▪ Med niveaufri skæringer ▪ Hvor cykling er forbudt
Lysreklamer bør ikke tillades	Point: 1	Point: 2

Figur 3: Vurdering af bløde trafikanter



Manglende cykelsti langs landevej.

Ulykkesbelastede strækninger

En høj forekomst af ulykker kan indikere, at der er vejtekniske problemer, eller at trafikanterne i forvejen er udfordret i en grad, så det kan medføre ulykker.

Lysreklamer bør ikke opsættes på	Lysreklamer kan opsættes afhængigt af øvrige forhold på	Lysreklamer kan opsættes afhængigt af øvrige forhold på
▪ Strækninger som har været sagsbehandlet som ulykkesbelastede ▪ Strækninger med kendte sikkerhedsproblemer ▪ Sorte pletter ▪ Grå strækninger	▪ Strækninger med enkelte registrerede ulykker, men som ikke nærmer sig kriterier for sorte pletter/grå strækninger	▪ Strækninger med ingen eller meget få ulykker
Lysreklamer bør ikke tillades	Point: 1	Point: 2

Figur 4: Vurdering af ulykkesbelastning



Uheldsbelastet kryds.

Strækninger med tæt trafik

Strækninger tæt på kapacitetsgrænsen er ofte mere ulykkesbelastede, idet trafikanterne kører med meget kort afstand til hinanden, og de tager gerne chancer pga. tæt trafik. Samtidig kan lysreklamer i sig selv medføre nedsat fremkommelighed pga. faldende hastighed i tæt trafik.

Lysreklamer bør ikke opsættes på	Lysreklamer kan opsættes afhængigt af øvrige forhold på	Lysreklamer kan opsættes afhængigt af øvrige forhold på
▪ Trængselspletter ▪ Strækninger med belastningsgrad 0,8 eller højere ▪ Strækninger med kendte trængselsproblemer	▪ Strækninger med moderat trafikbelastning ▪ Strækninger med belastningsgrad 0,6-0,8 ▪ Strækninger med lejlighedsvis kapacitetsproblemer	▪ Strækninger med belastningsgrad $< 0,6$ ▪ Steder uden problemer med trængsel og fremkommelighed
Lysreklamer bør ikke tillades	Point: 1	Point: 2

Figur 5: Vurdering af trafikbelastning

Sammenfatning af forhold

Såfremt blot én af ovennævnte fem vurderinger giver rødt lys, kan det ikke anbefales, at der etableres en lysreklame på pågældende sted.



Tæt trafik.

2. Forhold, som sammen med øvrige faktorer bør medføre overvejelser om muligheder for lysreklamer

Vurderingen laves ud fra det samlede antal point, som er opnået ved vurdering af forholdene:

- Komplicerede strækninger og strækninger med krævende trafikmønster
- Sidevejstilslutninger og adgange
- Forhold for bløde trafikanter
- Ulykkesbelastede strækninger
- Strækninger med tæt trafik

Strækninger med høje hastigheder

Skemaet viser det anbefalede antal point fra den forudgående vurdering, når hastigheden skal vurderes. Lysreklamer kan kun anbefales opsat, hvor det anbefalede pointtal kan opnås.

Tilladt hastighed	Anbefalet antal point
≥ 90 km/t	Mindst 9-10 point
60 – 90 km/t	Mindst 6-8 point
≤ 60 km/t	Mindst 5 point

Placering af reklamen

Problematiske placeringer

Lysreklamer bør ikke placeres i:

- Kryds og rundkørsler. Strækningen frem mod krydset/rundkørslen bør friholdes for reklamer svarende til vejreglernes definition af erkendelsesafstand (se fig. 6)
- Ved fodgængerfelter
- Steder med nedsat oversigt (fx bakketop eller skarp kurve)
- Lige før eller efter broer/tunneler

Placering af den enkelte reklame vurderes ud fra

- Problematiske placeringer
- Oversigtsforhold
- Afstand til skilte
- Hele reklamen skal være synlig
- Synlighed på afstand
- Placering nær naturlig synslinje
- Vinkel til vejen
- Afstand til andre blikfang

Planlægningshastighed V_p (km/t)	30	40	50	60	70	80
Afstand ved erkendelse (m)	55	75	105	140	175	215

Figur 6: Skema over erkendelsesafstande fra Vejreglerne.

Oversigtsforhold

Lysreklamer bør ikke placeres, så de nedsætter oversigten i forhold til vejreglernes anbefaling om stopsigt på veje. Stopsigt sikrer, at en trafikant med tilladt hastighed reelt kan nå at standse sit køretøj, såfremt en fare/forhindring opdages. Ved opsætning af lysreklamer skal det sikres, at der fortsat er stopsigt.

Det kan fx være aktuelt i kurver, hvor det er nødvendigt at have oversigt ind over rabatten. Det frarådes generelt, at lysreklamer opsættes i kurver med radius ≤ 400 meter.

Kryds og adgange

Ved placering af lysreklamer i mindre kryds og adgange skal det sikres, at der er tilstrækkelig oversigt ad primærvejen, svarende til vejreglernes anbefalinger. Samtidig må reklamen ikke forhindre udsyn til signaler, færdselstavler eller afmærkning.



Figur 7: Lysreklame korrekt placeret uden for oversigtsareal ved tankstation. Til gengæld er oversigten i modsat retning begrænset af faste reklamer.

Afstand til skilte og signaler

Lysreklamer bør ikke placeres så tæt på skilte eller signaler, at trafikantens evne til at opfatte skilte og signaler påvirkes. Samtidig må der ikke kunne ske forveksling med signaler eller færdselstavlers budskaber.

Afstand til færdselstavler

For færdselstavler anbefales, at en strækning frem mod tavlen friholdes for lysreklamer, så trafikanterne har mulighed for at læse færdselstavlen. Færdselstavlerne bør kunne læses inden for en tidsramme på 5 sekunder uden forstyrrende reklamer, svarende til strækningsslængderne angivet i Vejreglerne. (se fig. 8)

Km/t	30	40	50	60	70	80	90	100	110	130
5 sek.	42 m	56 m	70 m	83 m	97 m	111 m	125 m	139 m	153 m	180 m

Figur 8: Strækningsslængder før færdselstavler som bør friholdes for lysreklamer for at sikre 5 sekunders læsetid af færdselstavler [20].

Afstand til signalanlæg

Lysreklamer med røde/grønne/gule farver i nærheden af signalanlæg kan give anledning til mistolkning eller forsinket tolkning af signalet.

Lysreklamer før krydset kan ikke anbefales opsat inden for bilistens erkendelsesafstand frem til signalet.

For strækningen efter krydset anbefales, at en strækning på mindst 150 meter efter krydset friholdes for lysreklamer.



Figur 9: Lysreklame med røde symboler uheldigt placeret i signalanlæg.

Hele reklamen skal være synlig

Hvis reklamen ikke er fuldt synlig, er der risiko for, at trafikanterne bruger mere tid på at læse og forstå reklamen. Lysreklamer bør placeres, så hele reklamen er synlig og ikke er dækket af fx parkerede biler, bygninger, andre reklamer mv.

Synlighed på afstand

Lysreklamer bør ligesom andre reklamer være nemme at læse, så trafikanten ikke skal bruge unødigt tid på at læse og forstå reklamen.

Det anbefales, at reklamerne er synlige og læsbare inden for en tidsramme på 2-5 sekunder. Alternativt kan der tages udgangspunkt i afstandene vist i skemaet til højre.

Placering nær naturlig synsvinkel

Lysreklamer bør placeres i en minimumsafstand til vejen svarende til sikkerhedszonens bredde, da en lysreklame er en fast genstand. Sikkerhedszonen er defineret i vejreglerne.

Reklamen bør samtidig placeres inden for en vinkel på 20 grader i forhold til trafikantens retning.

Vinkel til vejen

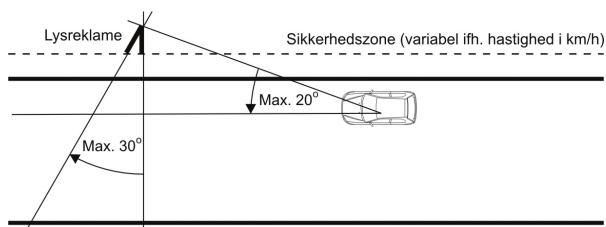
Det anbefales at lysreklamer placeres i en vinkel på 90-120 grader i forhold til trafikantens retning for at undgå, at trafikanten skal bruge tid på at dreje hovedet.

Ved 50-60 km/t
bør hele lysreklamen
være synlig på en
afstand svarende
til mindst 10 gange
reklamens største
synlige dimension

Ved 70-90 km/t
bør hele lysreklamen
være synlig på en
afstand svarende
til mindst 15 gange
reklamens største
synlige dimension

Reklamen bør placeres:

- Uden for sikkerhedszone
- Inden for en vinkel på 20 grader på trafikantens retning
- Selve lysreklamen vinkles 90-120 grader i forhold til trafikantens retning



Figur 10: Placering af lysreklame - illustration af vinkler.

Afstand til andre blikfang

Kendte monumenter, bygninger, udsigtspunkter og andre blikfang tiltrækker trafikanternes opmærksomhed. Lysreklamer kan ikke anbefales på steder med naturlige blikfang.

Reklamens indhold og budskab

For at sikre, at trafikanterne ikke bruger for meget tid eller for megen opmærksomhed på at læse lysreklamer, er der en række anbefalinger til reklamens indhold:

- Reklamen bør højst indeholde et budskab/en information. Der kan godt være tale om flere ord, billeder eller logoer, når blot reklamen udsender et samlet budskab
- Reklamen bør bestå af enkle, selvstændige og afsluttede budskaber, fx ved brug af logoer. Forståelse af reklamen må fx ikke være afhængig af, at man skal læse flere på hinanden følgende reklamer
- Reklamen bør være fri for komplicerede budskaber som telefonnumre, mail- og webadresser, spørgsmål eller gåder
- Indholdet i reklamen bør ikke opfordre trafikanten til handlinger, hverken med ord (fx opfordring til at sende sms) eller symboler (som fx pile eller stopsymboler)
- Reklamen bør ikke indeholde budskaber, som giver anledning til stærke følelser
- Reklamen bør ikke vise nyheder
- Reklamen bør ikke indeholde mere end 8 ord, symboler, billeder og talkombinationer tilsammen

Anbefaling til indhold

- ▷ Korte og enkle budskaber
- ▷ Enkelt layout
- ▷ Klare farver
- ▷ Høj kontrast
- ▷ Let-afkodelige billeder og grafik
- ▷ Store letlæselige skrifttyper
- ▷ Undgå store hvide flader

Udformning og tekniske krav

Lysreklamer anbefales udformet med baggrund i vejreglerne for variable vejtafvar. Med udgangspunkt i Færdselslovens § 99 anbefales desuden, at lysreklamer ikke må ligne eller kunne forveksles med almindelige færdselstavler eller vejvisning, ligesom lysreklamens budskab ikke må kunne misforstås som en trafikmelding.

Tekniske krav til lysreklamer fremgår af "Håndbog. Projektering af variable vejtafvar og vognbanesignaler. Bilag A.

Skriftstørrelse og - type

For at sikre, at trafikanten kan læse og forstå lysreklamens tekstbudskab, anbefales det, at skriftstørrelsen følger anbefalingerne i vejreglerne for vejvisning og variable vejtafvar. For at sikre læsbarheden bør skrifttyper anvendt i lysreklamer desuden være enkle og let læselige.



Figur 11: Lysreklame som viser menu for dagens ret i det lokale supermarked. Selv for fodgængere er reklamen kun begrænset læsbar.

Lysstyrke

Lysreklamer må af trafiksikkerhedshensyn ikke kunne blænde trafikanterne eller vække særlig opsigt i forhold til omgivelserne. Endelig skal der tages hensyn til, at lysreklamer kan være generende for omgivelserne, herunder for naboer.

Det anbefales at stille samme krav til lysreklamer, som der stilles til variable vejtafalter i Bekendtgørelse om anvendelse af vejafmærkning, § 10. Det betyder bl.a., at tavlerne skal kunne regulere deres lysstyrke i forhold til omgivelserne.

Bevægelige billeder

Bevægelige billeder er mere opmærksomhedskrævende end statiske billeder. Det anbefales også her at stille samme krav til lysreklamer som til variable vejtafalter, som jf. Bekendtgørelse om anvendelse af vejafmærkning, § 10. Her står, at der må ikke anvendes skiftende og bevægelige elementer på tavlen.

- Lysreklamer bør ikke vise bevægelige billeder
- Reklamer bør vises i intervaller på mindst 6-10 sekunder (10 sek. ved flere reklamer)
- Overgange mellem reklamer bør være max. 1 sekund

Skift af visninger

Reklamen skal vises i tilstrækkelig lang tid til, at trafikanten kan nå at læse reklamen og højst ser én reklame pr. forbikørsel. Det anbefales, at reklamer vises i intervaller på mindst 6-10 sekunder. Hvis der er flere reklamer på strækningen, bør intervallet være mindst 10 sekunder.

Overgange mellem visninger bør fades med henblik på at undgå en blinkeffekt. Tiden fra det ene billede står skarpt, til det næste står skarpt, bør max. være 1 sekund.

Fejlhåndtering

Det bør undersøges, hvordan den valgte teknologi opfører sig i fejlsituationer. Annoncøren må sikre sig, at reklamen til enhver tid fungerer hensigtsmæssigt og kan håndtere de almindeligt forekomne fejlsituationer uden større gener for trafikken.

Størrelse af reklamen

Reklamen bør ikke i sig selv være opsigtsvækkende stor. Dette for at undgå, at reklamens størrelse giver anledning til distraktion. Størrelsesmæssigt kan der ikke sættes en fast størrelse, men det skal vurderes i forhold til omgivelserne.

Bilag

Baggrundsdata

Ansøger:	
Vejmyndighed:	
Vejnr. og stationering:	
Vejnavn:	
Nærmere beskrivelse af placering:	
Type af reklame:	
Journalnr.	

Vurdering

Kategori	Kriterier	Opfyldt
Miljø og omgivelser Miljø og omgivelser vurderes ud fra point opnået. Mange point betyder større mulighed for reklame		
1. Stopkriterier	Kriterier	Point
	Trafikmønster og kompleksitet	
	Sidevejstilslutninger og adgange	
	Bløde trafikanter	
	Ulykkesbelastning	
	Trafikbelastning	
	Miljø og omgivelser ligger i gul eller grøn kategori. Der skal opnås mellem 5 og 10 point i den samlede vurdering.	Antal point opnået i alt:
2. Tungtvejende kriterier	Tilladt hastighed skal svare til opnåede point for stopkriterier	☐ ≥ 90 km/t (9-10 point) ☐ 60-90 km/t (6-8 point) ☐ ≤ 60 km/t (min. 5 point)

3. Placering af reklamen

Ved afkrydsning i JA bør reklamen ikke opsættes, eller forholdene/reklamen bør ændres. Hvis alle kategorier kan besvares med NEJ, kan der gives tilladelse til opsætning af reklamen

		JA ✓	NEJ ✕
Opsættes reklamen i	Kryds eller rundkørsel?	☐	☐
	Inden for erkendelsesafstand til kryds/rundkørsel?	☐	☐
	Ved fodgængerfelt?	☐	☐
	Steder med nedsat oversigt?	☐	☐
	Lige før/efter bro/tunnel?	☐	☐
I kurver	Står reklamen i oversigtsareal (hindrer oversigt hen over rabat)?	☐	☐
	Er kurveradius er mindre end eller lig med 400 m?	☐	☐
I kryds	Medfører reklamen, at vejreglernes krav til oversigt ikke kan overholdes?	☐	☐
	Hindrer reklamen udsyn til færdselstavler/afmærkning mv.?	☐	☐
Afstand til tavler og signaler	Står reklamen på en læsestrækning til færdselstavler?	☐	☐
	Står reklamen på en erkendelsesstrækning før signalanlæg?	☐	☐
	Står reklamen mindre end 150 m bag et signalanlæg?	☐	☐
Synlighed	Er der dele af reklamen, som ikke er synlig?	☐	☐
	Er reklamen synlig og læsbar i mindre end 2-5 sekunder?	☐	☐
Placering i forhold til vejen	Er reklamen er placeret inden for sikkerhedszone?	☐	☐
	Er reklamen er placeret i en vinkel på mere end 20 grader ift. trafikantens retning?	☐	☐
Afstand til andre blikfang	Er reklamen placeret i nærheden af naturlige blikfang/seværdigheder?	☐	☐

**Hvis reklamens indhold er fast fortsættes lige herunder ved 3A.
Er der variabelt indhold på reklamen hoppes til 3B.**

3A. Reklamens indhold og budskab - besvares kun for fast indhold			
		JA ✓	NEJ ✕
Indhold og budskab	Indeholder reklamen mere end 1 budskab/ information ad gangen?	☐	☐
	Indeholder reklamen komplekse budskaber eller budskaber, som ikke er afsluttede?	☐	☐
	Indeholder reklamen komplicerede budskaber som telefonnr., mail mv.?	☐	☐
	Giver reklamens indhold anledning til stærkt negative følelser?	☐	☐
	Viser reklamen nyheder?	☐	☐
	Indeholder reklamen mere end 8 ord/billeder/ symboler?	☐	☐
Udformning og tekniske krav - besvares kun for fast indhold			
Skriftstørrelser	Er skriftstørrelsen mindre end de versalhøjder, som vejreglerne anbefaler ved den aktuelle hastighed?	☐	☐
Lysstyrke	Er reklamen udformet uden automatisk regule- ring af lysstyrken?	☐	☐
Reklamens størrelse	Er reklamen i sig selv opsigtsvækkende stor?	☐	☐

3B. Variable reklamer

Ved variable lysreklamer er det ikke muligt at besvare ovennævnte to afsnit om "Reklamens indhold og budskab" samt "Udformning og tekniske krav".

Hvis der gives en konkret tilladelse med hjemmel i lovgivningen kan nedenstående vilkår anvendes til at håndtere det skiftende indhold af reklamerne. Det kan overvejes, om der i en sådan konkret tilladelse skal indsættes vilkår om bortfald af tilladelsen, såfremt nærmere beskrevne forhold fremtidigt indtræder.

Gives alene en udtalelse (anbefaling), udskiftes *skal* med *bør* og *må ikke* udskiftes med *bør ikke*.

Reklamens indhold/visning *skal*:

- Bestå af enkle, selvstændige og afsluttede budskaber
- Præsenteres med en letlæselig skrifttype, hvor versalhøjden svarer til vejreglernes anbefaling ved den aktuelle tilladte hastighed
- Være adskilt fra eventuelle øvrige visninger med en overgang på ≤ 1 sekund uden visuelle effekter
- Være forsynet med automatisk regulering af lysstyrke i forhold til omgivelsernes lysstyrke, svarende til kravene i Bekendtgørelse om anvendelse af vejafmærkning, §10

Reklamens indhold/visning *må ikke*:

- Indeholde mere end ét budskab/information pr. visning
- Indeholde komplicerede budskaber som fx telefonnumre, mailadresser o.l., som er svære at huske
- Give anledning til stærke følelser
- Vise nyheder
- Vise mere end én reklame pr. 6-10 sekunder (10 sekunder, hvis der er flere synlige reklamer på strækningen)
- Indeholde bevægelige billeder, animationer mv.



Lysreklame på lastvognsanhænger.

Vejdirektoratet har kontorer i:

Aalborg, Fløng, Middelfart,
Næstved, Skanderborg
og København

Find mere information på
vejdirektoratet.dk

Vejdirektoratet
Carsten Niebuhrs Gade 43
1577 København V

Telefon 7244 3333
vd@vd.dk
vejdirektoratet.dk

