

## Høringssvar til forslag til lov om ændring af naturbeskyttelsesloven – nye muligheder for friluftsklamer i det åbne land (j.nr. 001-18050)

Miljøstyrelsen har den 12. december 2017 fremsendt udkast til lov om lempelse af naturbeskyttelsesloven. Lempelsen skal forbedre mulighederne for at tiltrække besøgende eller kunder og understøtte vækst og udvikling ved at muliggøre opsætning af flere reklameskilte for erhverv og turisme, i det åbne land.

Danmarks Naturfredningsforening (DN) takker for muligheden for at afgive bemærkninger og sender hermed høringssvar til forslaget.

### Generelle bemærkninger

Oprindeligt var tanken, at det åbne land skal beskyttes og friholdes for at sikre de landskabelige værdier. Resultatet af denne forudseenhed er det vi ser i dag, hvor det er muligt at opleve landskabet, fx når man kører på de danske veje. Landskabskonturer, fortidsminder, skove og søer ses tydeligt og uden store landskabelige fremmedelementer. Dette skulle også gerne fremover være det billede vi har, når vi færdes i Danmark; at her er smukt. Det skal også helst være det minde, turisterne tager med herfra. Det er dog langt fra sikkert, at det vil ske, når der med den foreslåede lempelse åbnes for flere klamer og skilte, hvilket vil medføre, at landskabsbilledet vil udvikle sig negativt.

Et konkret eksempel fra forslaget som vil medføre en negativ landskabspåvirkning, som bliver svær at styre er, at kravet om at virksomhedsklamer ikke må være synlige over store afstande ophæves. Fremover må klamer gerne være synlige over store afstande, men samtidig må de ikke virke dominerende i landskabet (fx ved at de ikke må blinke eller have lyseffekter). DN tvivler på holdbarheden af denne lempelse. De store virksomhedsklamer som fremover må være synlige over store afstande vil naturligvis dominere landskabet og landskabsoplevelsen idet et skilt der kan ses over lang afstand, er - dominerende. Skiltet og dermed reklamen bliver et landemærke og kendetegn for et helt landskab.



Skiltning i Guldborgsund – gør ikke noget godt for landskabet.

Selv om det er positivt at loven fortsat indeholder et generelt forbud mod opsætning af reklamer i det åbne land, så betyder lempelsen, at lokale virksomheder i småbyer vil kunne opsætte reklameskilte lige uden for bygrænsen og højst 30 meter fra bygrænsen. Det må forventes at giver en negativ påvirkning af landskabet omkring byerne. Flere af lempelserne vil formodentlig lovliggøre eksisterende skilte og der vil komme flere til. Vi kan håbe på, at byerne fremover vil konkurrere om at få den pæneste grønne indgangsport til byen i stedet for den mest skilte indgangsport til byen.

Lempelserne gør, at det bliver nemmere at skilte til loppemarkeder, sportsarrangementet m.v. Det skal ske inden for 30 meter af en bymæssig bebyggelse. Ligeledes kan fx åben gård arrangementer annoncere med opsætning af skilte på ejendommen eller ved indkørsel fra nærmeste offentlige vej eller fællesvej. Der kan også skiltes for cirkus, festivaller m.v. det kan ske inden for en radius af 30 meter fra bymæssig bebyggelse. Det er meget fornuftigt angivet, at skiltningen skal tages ned ved arrangementets afslutning. Dette vil dog betyde, at myndighederne skal føre mere tilsyn med at skiltene fjernes inden for disse tidsfrister.

Der må også fremover opsættes skilte om virksomheder og salg, i lokalplanlagte områder, der endnu ikke er udbygget, og der må opsættes skilte om salg af erhvervsgrunde i områder der i kommuneplan er udlagt som erhvervsområde – også selv om området ikke er udbygget. Disse områder har tidligere ligget hen som åbent land indtil selve byggeriet er iværksat. Med lempelsen vil der kunne opsættes skilte i områder som kan ligge ubebyggede hen i årevis. Med denne lempelsen forudser DN en del nye skilte som vil skæmme landskabet og gøre grænsen mellem by og land diffus. Allerede i dag opsættes der ofte meget store skilte i disse områder. I grelle tilfælde er reklamerne også belyst i aften og nattetimerne, de placeres højt og er synlige over lange afstande. Da der kan gå meget lang tid inden området er udviklet eller solgt, vil skiltene kunne opleves som nærmest permanente. Den senere fastsættelse af reglerne for placering og udformning vil ikke kunne ændre på, at der kan opsættes reklamer i et område, hvor der endnu ikke er udbygget og måske aldrig bliver udbygget.

### **Size matters**

Det er positivt, at det ikke bliver muligt at opsætte store billboards ved indkørsler til byer, da den foreslåede lempelse/bestemmelse kun gælder "mindre" skilte. Men hvad er mindre skilte?

Da selve kravene til skiltens udformning og størrelse først følger med udarbejdelse af en senere bekendtgørelse betyder det, at der ikke nu er en reel angivelse af, hvad det er der konkret tillades. Kan en virksomhed fx fremover opsættes et skilt på størrelse med en lastbil, så det kan ses over store afstande, så længe det placeres i umiddelbar tilknytning til virksomheden? Kreativteten kender ingen grænser, når det gælder reklameskiltning. Disse forhold vil få afgørende betydning for spiseligheden af lempelserne for mulighederne for skiltning i det åbne land.

### **Forslag til ændringer**

Lovforslaget indeholder flere helt nye bestemmelser som skal gøre det muligt at opsætte reklamer i det åbne land. Af disse vil især § 21, stk. 2, nr. 3 og § 21, stk. 2, nr. 4 få konsekvenser for landskabet og oplevelsen af det åbne land. Bestemmelserne foreslås udtaget. I det hele taget bør lempelserne ikke gælde rammeplanlagte områder, som kan være store og ligge hen i årevis uden at blive lokalplanlagte.

Da en udtagelse af bestemmelserne er usandsynligt foreslår DN i stedet, at lovforslaget ændres, således at lempelserne indskrænkes til kun at gælde:

- Reklamer som ikke er synlige over store afstande

- Opsætning af skilte for salg af erhvervsgrunde og erhvervsområder, som ligger i/i tilknytning til centerbyer. Dvs. ikke i erhvervsområder, som er udlagt i det åbne land til særlig forurenende industri og lignende, som ofte er store og ligger ubebyggede hen i årevis som en del af det åbne land
- byer som i kommuneplanen er udlagt til landsbycentre

Den nye bestemmelse § 21, stk. 2, nr. 6 vil kræve at myndighederne får en ny opgave med at føre tilsyn med, at der kun reklameres i sæsonen. Det angives i høringsmaterialet, at mange af skiltene allerede står der i dag, men det fremgår ikke, at mange af skiltene står der permanent hele året.

Der bør desuden være større fokus på, hvordan den øget reklameskiltning vil kunne påvirke trafiksikkerheden, især der hvor bilister, cyklister og fodgængere færdes langs samme vejstykke. Det bør overvejes, om der kan gives mulighed for administrative bøder til skilte som kompromitterer trafiksikkerheden og til åbenlyst ulovlige skilte.



Skiltning ved motorvej – hverken pænt eller hensigtsmæssigt, i forhold til trafiksikkerhed.

### **Afsluttende bemærkninger**

Skiltning der vejleder om seværdigheder, kulturhistoriske monumenter m.v. er det rimeligt at kunne opsætte. Også skilte til B&B, hoteller m.v., men det gavner næppe turisten, at den lokale smed kan opsætte et stort skilt på sin gavl der er synlig over lang afstand. De fleste, hvad enten det er en turist eller en borger i landet, der har brug for en smed finder desuden smeden ved en søgning på nettet, ikke ved at køre rundt i landskabet.

Troen på, at flere og mere synlige skilte vil understøtte vækst i landdistrikterne eller tiltrække flere turister, betyder at netop de værdier, der får turister hertil; det forholdsvis uforstyrrede landskab, er den selvsamme værdi der sættes på spil. Det er yderst tvivlsomt om turister synes, flere reklamer er bedre. Vejdirektoratet har desuden lavet en undersøgelse (Evaluering af forsøg med turistoplysningstavler på motorveje. Lene Herrstedt, Puk Andersson, Belinda la Cour Lund, 12. november 2013) som viser, at 90% af de besøgende til diverse turistattraktioner har planlagt deres tur hjemmefra via internettet. Mon ikke det også fremover vil være tendensen?

Med venlig hilsen

Annette Eigaard  
Naturpolitisk Seniorrådgiver