| 3. maj 2023 |
| --- |
| Sagsnummer  2023-0170416  Dokumentnummer  2023-0170416-2 |
| Sekretariatet for Vesterbro og Kgs. Enghave Lokaludvalg  Lyrskovgade 4  1758 København V  EAN-nummer  5798009800473 |

| Sekretariatet for Vesterbro og Kgs. Enghave Lokaludvalg  Økonomiforvaltningen |
| --- |
|  |

# Svar fra Vesterbro Lokaludvalg om Høring om ansøgning fra Luma Landmarks A/S om opsætning af en lysreklame for virksomheden, Coca-Cola, på ejendommen Enghave Plads 2s tag.

Vesterbro Lokaludvalg mener ikke, at en sådan installation hører hjemme på Enghave Plads. Den vil være pladsen fremmed, og vil ikke bidrage til pladsens mange gode kvaliteter. Enghave Plads fungerer som metroforplads, hvor det rette samlende element er det røde metroskilt.

På den baggrund vil vi bede om, at der ikke meddeles dispensation til det ønskede, da det

1. vil stride imod lokalplanens bestemmelser om, at reklamebelysning ikke må ”virke skammende i forhold til gadebilledets særlige karakter og den pågældende bygnings arkitektoniske udtryk.” Enghave Plads er for nylig omdannet, og er i dag en af Københavns Kommunes mest brugte og elskede pladser. En plads, som København som by og København som kommune kan være stolt af. Der er i vores optik ingen tvivl om, at den stærke modstand mod en neon-reklame (firmaet er her ligegyldigt), netop er et udtryk for, hvor vellykket pladsen er. Og hvor skammeligt (i ordets egentlige forstand) en på den måde nassende reklame vil fremstå.
2. vil stride imod de vedtagne retningslinjers passus om, at ”Lysreklamer skal desuden være forenelige med bygningernes arkitektoniske udtryk, og byrummets funktion og karakter.” Bygningen er symmetrisk spejlvendt mellem Istedgade og Dybbølsgade. Det vil stride imod bygningens arkitektoniske udtryk at placere en neonreklame i det ene hjørne. Det strider desuden mod bestemmelserne om, at “Lysreklamer skal fremstå integreret med bygningernes facade og/eller gavl, så de danner en harmonisk helhed med bygningernes og byrummets arkitektur”.
3. vil gå imod vesterbroernes udtrykte holdning, som f.eks. kan ses på Lokaludvalgets Facebookside, hvor 191 har kommenteret forslaget, og hvor stort set alle kommentarer er imod opsætning af lysreklamen.
4. virker underligt at stille krav til symmetri ved altan-projekter - og så ikke gøre det her.
5. vil stride imod ønsket i de generelle retningslinjer om ”en designmæssig eller kunstnerisk værdi”. Logoets to-delthed i skrifttyper virker kluntet, og uden denne kunstneriske værdi. På den måde kan man sige, at logoet som sådan vil for meget - og vil skulle stille krav til aflæsning.
6. placeringsmæssigt i kombination med størrelsen strider imod de generelle retningslinjers ønske om, at ”Lysreklamer på tag skal placeres så lavt, at taget danner baggrund.” - idet både teksten Coca-Cola og flasken vil rage op over taget.

Derudover er der en række andre spørgsmål, der kan sættes ved forslaget til lysreklame.

* 1. der bør findes en løsning på tændingstiden, hvis der meddeles tilladelse/dispensation.
  2. der bør i de lystekniske beregninger tages udgangspunkt i den reelle afstand til de omkringliggende bygninger (21,5 meter) i stedet for de generelle bestemmelsers 25 meter.

Venlig hilsen

Thomas Egholm, Forperson for Vesterbro Lokaludvalg