



**Reklamereglement mit Kommentar
(RR)**



vom 7. November 2005

Ausgabe Mai 2006

Verfasser

Advocate Bern, Karl Ludwig Fahrländer
Baudirektion Burgdorf

Team Reklamereglement

Peter Hänsenberger, Leiter Stadtentwicklung, Baudirektion Burgdorf
Thomas Stettler, Projektleiter Stadtplanung, Baudirektion Burgdorf
IGGZ, Hans Ulrich Imesch, Rüschtikon

Gestaltung, Layout

Atelier für Gestaltung, Bene Pfäffli

INHALT REKLAMEREGLEMENT

Seite

1. Allgemeine Bestimmungen	4
Art. 1 Zweck und Geltungsbereich	4
Art. 2 Übergeordnetes Recht und Bewilligungspflicht	5
Art. 3 Begriffe	5
Art. 4 Ortsbild- und Landschaftsschutz	6
Art. 5 Sicherheit und Immissionsschutz	7
Art. 6 Eigenreklamen und Firmenanschriften	7
Art. 7 Fremdreklamen	8
Art. 8 Stadtmobiliar, Kulturplakate und öffentliche Anschlagstellen	8
Art. 9 Reklamekonzept	8
Art. 10 Temporäre Reklamen	8
Art. 11 Ausnahmen	9
Art. 12 Anhang zur Reklameverordnung	9
2. Plakatierungsplan	10
Art. 13 Plakatierungsplan	10
Art. 14 Vergabe der Plakatierung auf öffentlichem Grund	10
3. Vollzugs-, Übergangs- und Schlussbestimmungen	11
Art. 15 Wiederherstellung des rechtmässigen Zustandes	11
Art. 16 Gebühren	11
Art. 17 Strafbestimmungen	11
Art. 18 Verfahren und Rechtsmittel	11
Art. 19 Aufhebung bestehender Reklameeinrichtungen	12
Art. 20 Ausführungsbestimmungen	12
Art. 21 Inkrafttreten	12

1. ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

Kommentar

Die Stadt Burgdorf beschliesst gestützt auf:

- Artikel 100 Absatz 2 Signalisationsverordnung vom 5. September 1979¹⁾
- Artikel 9 des Baugesetzes vom 9. Juni 1985²⁾
- die Verordnung vom 17. November 1999 über die Aussen- und Strassenreklame³⁾
- Art. 38 der Gemeindeordnung der Stadt Burgdorf vom 26. November 2000⁴⁾
- Art. 23 des Baureglements der Stadt Burgdorf vom 31. Oktober 2005⁵⁾

Zweck und
Geltungsbereich

Art.1

- 1 Dieses Reglement führt die baurechtlichen Reklamevorschriften⁶⁾ aus und regelt den Vollzug des übergeordneten Rechts. Das Reklamereglement, der Plakatierungsplan und die Reklameverordnung bezeichnen auf der Grundlage des Anhangs zur Reklameverordnung die Reklamemöglichkeiten auf dem Gebiet der Stadt Burgdorf.
- 2 Das Reklamereglement, der Plakatierungsplan und die Reklameverordnung bezwecken eine qualitativ gute Integration von Reklamen ins Quartier-, Strassen- und Landschaftsbild. Sie stellen sicher, dass Werbung die Wohnqualität, die Verkehrssicherheit, die Sicherheit im öffentlichen Raum und die Zirkulationsmöglichkeiten für Fussgängerinnen und Fussgänger nicht beeinträchtigt.
- 3 Das Reklamereglement gilt für permanente und temporäre Reklamen auf öffentlichem und privatem Grund. Der Plakatierungsplan bezeichnet die möglichen Standorte für Plakatanschlagestellen.

¹⁾ SSV; SR 741.21

⁴⁾ SGR 101.1

²⁾ BauG; BSG 721

⁵⁾ neues Baureglement der Stadt Burgdorf (BauR)

³⁾ VASR; BSG 722.51

⁶⁾ Art. 23 BauR

Reklamevorschriften finden sich auch in Erlassen des Bundes und des Kantons. Im Anhang werden die massgebenden Gesetzesgrundlagen kurz erläutert.

1. ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

Übergeordnetes Recht und Bewilligungspflicht

Art.2

- 1 Übergeordnetes Recht des Bundes und des Kantons geht dem Reklame-reglement vor.
- 2 Das Anbringen, Ändern, Ersetzen und Versetzen von Reklamen ist bewilligungspflichtig, soweit das kantonale Recht nicht von der Bewilligungspflicht befreit.
- 3 Für Reklamen auf öffentlichem Grund ist in jedem Fall beim zuständigen Gemeinwesen eine Bewilligung zur Nutzung des öffentlichen Grundes einzuholen.
- 4 Bewilligungsfreie Reklamen haben den Vorschriften der Artikel 4 und 5 dieses Reglements zu entsprechen. Das Ersetzen oder Auswechseln von Eigenreklamen, Firmenanschriften oder Fremdreklamen an bereits bewilligten Reklameträgern ist bewilligungsfrei.

Begriffe

Art.3

- 1 Reklamen im Sinne dieses Reglements sind alle Einrichtungen, die ausserhalb von Gebäuden direkt oder indirekt der Werbung dienen. Reklamen sind entweder Eigenreklamen, Fremdreklamen oder Firmenanschriften.
- 2 Plakatschlagestellen sind feste Einrichtungen zur wechselnden Präsentation von Fremdreklame.
- 3 Kulturplakate sind Plakate des Formats F4, die für Feste, Ausstellungen oder Veranstaltungen werben, welche in Burgdorf oder in seiner Umgebung stattfinden oder dazu einen Bezug haben.

Kommentar

Die Definition der Begriffe «Eigen- und Fremdreklame» und «Firmenanschrift» ergibt sich aus Bundesrecht (Art. 95 SSV). Reklamen für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen, Ideen und dergleichen, die in einem örtlichen Zusammenhang mit dem Standort der Reklame stehen, gelten als Eigenreklame.

1. ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

- 4 Öffentliche Anschlagstellen dienen der Bevölkerung, Veranstaltern und dem Gewerbe aus Burgdorf und der Umgebung zur freien Plakatierung.
- 5 Als Stadtmobiliar werden Cityplananlagen, öffentliche Anschlagstellen, Telefonkabinen, Unterstände an Bushaltestellen, WC-Anlagen und ähnliches bezeichnet. Cityplananlagen (Stadtplananlagen mit Leuchtplakat) zeigen auf mindestens einer Seite einen offiziellen Stadtplan.

Ortsbild- und Landschaftsschutz

Art. 4

- 1 Reklamen dürfen die Orts- und Strassenbilder sowie Landschaften nicht beeinträchtigen. Auf Schutzobjekte ist besondere Rücksicht zu nehmen.
- 2 Reklamen müssen in ihrer Grösse, Ausführung und Häufigkeit in einem ausgewogenen Verhältnis zu ihrer Umgebung stehen. Sie dürfen weder den besonderen Charakter einer Liegenschaft verändern noch zu einem dominierenden Akzent in der Umgebung werden. Dabei ist die Gesamtwirkung aller Reklamen in der Umgebung zu berücksichtigen. Der Gemeinderat kann entsprechende Vorschriften erlassen.
- 3 Reklamen mit bewegten oder wechselnden Bild- oder Textinhalten wie Filmprojektionen, Laufschriften, Prismenwender, Wechselautomaten und dergleichen werden in der Regel nicht bewilligt. Ausnahmen sind möglich, wenn aufgrund des Standortes oder eines entsprechenden Betriebsregimes negative Auswirkungen auf die Umgebung ausgeschlossen werden können.
- 4 Für die Einordnung der Reklamen in das Orts- und Landschaftsbild sind die im Anhang der Reklameverordnung enthaltenen Vorgaben massgebend.

1. ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

Sicherheit und Immissionsschutz

Art. 5

- 1 Reklamen dürfen keinen Gefahrenzustand schaffen.
- 2 Reklamen dürfen keine übermässigen Immissionen verursachen. In Gebieten mit überwiegender Wohnnutzung ist auf die Bewohnerinnen und Bewohner besonders Rücksicht zu nehmen.
- 3 Skybeamer sind verboten und für Leuchtreklamen können in der Bewilligung eingeschränkte Beleuchtungszeiten festgelegt werden.
- 4 Reklamen müssen ordnungsgemäss unterhalten und Schäden unverzüglich behoben werden. Wird die Unterhaltungspflicht vernachlässigt, trifft die zuständige Behörde die erforderlichen Massnahmen. Nötigenfalls ordnet sie ihre Entfernung an.

Eigenreklame und Firmenanschriften

Art. 6

- 1 Eigenreklamen und Firmenanschriften werden in der Regel nur auf der Fassade bewilligt. Freistehende Firmenanschriften und Eigenreklamen sowie Firmenanschriften als Dachreklame können bewilligt werden, wenn dies aus ästhetischen oder aus anderen wichtigen Gründen vorzuziehen ist.
- 2 Der Gemeinderat kann für die Altstadt- und Strukturgebiete nach Massgabe des Anhangs zur Reklameverordnung ergänzende gestalterische Anforderungen an Eigenreklamen festlegen.

1. ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

Fremdreklame

Art. 7

- 1 Fremdreklamen werden nur an den von den Plakatierungsplänen bezeichneten Standorten für Plakatanschlagstellen bewilligt.
- 2 Für Stadtmobiliar sowie für temporäre Reklamen können nach Artikel 8 und 10 Bewilligungen erteilt werden.

Stadtmobiliar, Kulturplakate und öffentliche Anschlagstellen

Art. 8

Stadtmobiliar wie Cityplananlagen, Kulturplakate oder öffentliche Anschlagstellen können in allen Zonen bewilligt werden. Für die Festlegung der Standorte und ihre Gestaltung ist der Anhang zur Reklameverordnung massgebend.

Reklamekonzepte

Art. 9

Für Gebäude oder Gebäudegruppen, an denen voraussichtlich mehrere Reklamen angebracht werden sollen, kann die Erstellung eines Reklamekonzepts verlangt werden.

Temporäre Reklamen

Art. 10

- 1 Temporäre Reklamen sind im Rahmen des kantonalen Rechts bewilligungsfrei. Darüber hinaus können temporäre Reklamen in allen Nutzungszonen für eine längere Dauer bewilligt werden:
 - a) zur behördlichen Information der Bevölkerung;
 - b) vor Wahlen und Abstimmungen
 - c) für Feste, Ausstellungen und Veranstaltungen sowie
 - d) an Bauabschränkungen und auf Baustellen.
- 2 Für die Festlegung der Standorte und ihre Gestaltung ist der Anhang zur Reklameverordnung massgebend.

Kommentar

Reklamereglement und Plakatierungsplan bezwecken, Fremdreklamen auf publikumsattraktive Bereiche und wichtige Verkehrsachsen zu konzentrieren. Dennoch muss die Möglichkeit offen stehen, für bestimmte Veranstaltungen oder im Vorfeld von Wahlen Fremdreklame für eine beschränkte Zeit auch andernorts zuzulassen.

Der Begriff der temporären Reklamen wird in Art. 4 VASR umschrieben. Temporäre Reklamen bis 6 Wochen vor und 5 Tage nach der Veranstaltung benötigen keine Reklamebewilligung. Für temporäre Reklamen auf fremdem Grund muss dennoch die Zustimmung des Eigentümers bzw. eine Bewilligung zur Nutzung des öffentlichen Grundes vorliegen (vgl. Art. 7 Abs. 2).

1. ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

Ausnahmen

Art. 11

Aus wichtigen Gründen können Ausnahmen von einzelnen Reklamevorschriften gewährt werden, sofern dadurch keine überwiegenden öffentlichen oder privaten Interessen beeinträchtigt werden.

Anhang zur Reklameverordnung

Art. 12

- 1 Die für Kulturplakate, Cityplananlagen, Kleinplakate, freistehende Leuchtkasten und kommerzielle Werbung (geklebte Plakate) vorgesehenen Standorte, die dabei vorgesehene Anzahl von Plakatträgern, ihre Anordnung oder Ausrichtung, ihre Stellung zur Strasse sowie die weitem für eine gute Plakatierung wesentlichen Voraussetzungen sind für die einzelnen Standorte im Anhang zur Reklameverordnung näher umschrieben.
- 2 Der Anhang zur Reklameverordnung ist für die Ausgestaltung der einzelnen Standorte verbindlich.

2. PLAKATIERUNGSPLAN

Plakatierungsplan

Art. 13

- 1 Der Plakatierungsplan bezeichnet die zulässigen Bereiche für Standorte für Plakatanschlagestellen für wechselnde Fremdreklame auf öffentlichem und privatem Grund in den Formaten:
 - F220L WH: Freistehende Leuchtkasten mit 2 Plakaten
 - F200: Kommerzielle Werbung Plakat geklebt
 - F12: Kommerzielle Werbung Plakat geklebt
- 2 Es wird nach den Vorgaben des Anhangs zur Reklameverordnung ein einheitliches oder aufeinander abgestimmtes Erscheinungsbild der Plakatanschlagestellen angestrebt.
- 3 Plakatanschlagestellen werden in der Regel befristet bewilligt. Die Mindestdauer der Bewilligung beträgt fünf Jahre.

Vergabe der Plakatierung auf öffentlichem Grund

Art. 14

- 1 Der Gemeinderat kann die Bewirtschaftung der Plakatanschlagestellen auf öffentlichem Grund der Gemeinde an eine oder mehrere private Unternehmen vergeben.
- 2 Die Vergabe erfolgt aufgrund einer öffentlichen Ausschreibung für jeweils fünf bis zehn Jahre.

3. VOLLZUGS-, ÜBERGANGS- UND SCHLUSSBESTIMMUNGEN

Wiederherstellung des rechtmässigen Zustandes

Art. 15

Soweit Reklamen den Vorgaben dieses Reglements widersprechen, verfügt die zuständige Behörde deren Entfernung oder die Wiederherstellung des rechtmässigen Zustandes.

Gebühren

Art. 16

Für die Bearbeitung von Reklamegesuchen sowie für den Erlass von Verfügungen im Bereich des Reklamewesens werden aufgrund des dafür massgebenden Reglements Gebühren erhoben.

Strafbestimmungen

Art. 17

Wer diesem Reglement oder den gestützt darauf erlassenen Verfügungen zuwiderhandelt, wird mit Busse bis zum Höchstmass gemäss Artikel 58 Absatz 2 des Gemeindegesetzes⁷⁾ bestraft.

Verfahren und Rechtsmittel

Art. 18

- 1 Für baubewilligungspflichtige Reklamen gelten die Verfahrens- und Rechtsmittelbestimmungen der kantonalen Baugesetzgebung⁸⁾.
- 2 Für nicht baubewilligungspflichtige Reklamen richten sich das Verfahren und der Rechtsmittelweg nach dem Gesetz vom 23. Mai 1989 über die Verwaltungsrechtspflege⁹⁾ sowie nach Art. 2f. VASR¹⁰⁾.

⁷⁾ BSG 170.11

⁸⁾ BSG 721.0, 721.1, 725.1

⁹⁾ BSG 155.1

¹⁰⁾ BSG 722.51

3.VOLLZUGS-, ÜBERGANGS- UND SCHLUSSBESTIMMUNGEN

Aufhebung bestehender Reklameeinrichtungen	Art. 19 Bewilligungen für bestehende befristete Reklameeinrichtungen, welche im Widerspruch zu den Bestimmungen dieses Reglements stehen, sind spätestens 60 Tage vor Ablauf der Gültigkeitsdauer zu widerrufen.
Ausführungsbestimmungen	Art. 20 Der Gemeinderat erlässt im Rahmen dieses Reglements ergänzende Ausführungsbestimmungen und regelt darin insbesondere die gemeindeinternen Zuständigkeiten und die formellen Anforderungen an Reklamegesuche.
Inkrafttreten	Art. 21 Der Gemeinderat bestimmt den Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Reglements.

3. VOLLZUGS-, ÜBERGANGS- UND SCHLUSSBESTIMMUNGEN

Genehmigung	<p>Der Stadtrat hat das Reklamereglement am 7. November 2005 einstimmig genehmigt.</p> <p>Burgdorf, 8. November 2005</p> <p>NAMENS DES STADTRATES Der Stadtratspräsident: Walter Baumann Der Stadtschreiber: Roman Schenk</p>
Bescheinigung	<p>Der Beschluss wurde im Anzeiger für Burgdorf und Umgebung Nr. 45 vom 10. November 2005 öffentlich bekannt gemacht. Von der Möglichkeit zur Ergreifung des fakultativen Referendums (Volksabstimmung) wurde nicht Gebrauch gemacht.</p>
Kantonale Genehmigung	<p>Vom Amt für Gemeinden und Raumordnung des Kantons Bern, Abteilung Orts- und Regionalplanung, genehmigt.</p> <p>Bern, 2. März 2006</p> <p>Vorsteher-Stv.: Adrian Lüthi</p>
Inkraftsetzung	<p>Der Gemeinderat setzt gemäss Beschluss vom 13. März 2006 das Reglement über die Reklame in der Stadt Burgdorf und den Plakatierungsplan auf den 1. Mai 2006 in Kraft.</p>

