



Arbeitshilfe

Reklamen im Strassenraum

Herausgabe: Bau- und Verkehrsdirektion / Tiefbauamt

01.05.2022



Inhaltsverzeichnis

1.	Inhalt und Zweck.....	4
2.	Grundlagen	4
2.1	Rechtliche Grundlagen	4
2.2	Forschung	5
3.	Begriffe.....	5
3.1	Strassenreklame.....	5
3.2	Firmenanschriften	5
3.3	Eigenreklame.....	5
3.4	Fremdrekklame	5
3.5	Temporäre Reklamen	5
3.6	Wahl- und Abstimmungsplakate	5
3.7	Wegweiser und Signale	6
3.8	Verkehrsinformationsdisplays	6
3.9	Werbung an Fahrzeugen	6
3.10	Innerorts/ausserorts	6
4.	Baubewilligungspflichtige Reklamen.....	6
5.	Baubewilligungsfreie Reklamen.....	7
5.1	Baubewilligungsfreiheit bedeutet nicht Rechtsfreiheit	7
5.2	Baubewilligungsfreie Strassenreklamen gemäss Art. 6a BewD	8
6.	Weitere allenfalls notwendige Bewilligungen.....	9
6.1	Reklamen ausserhalb der Bauzone.....	9
6.2	Strassenabstand bei Kantons- und Gemeindestrassen.....	10
6.3	Nationalstrassen.....	10
6.4	Reklamen auf öffentlichem Grund	10
6.5	Wald.....	10
6.6	Gewässerraum und Uferbereich.....	11
7.	Verfahren und Zuständigkeit.....	11
7.1	Ordentliche oder kleine Baubewilligung	11
7.2	Zuständigkeit	11
7.3	Koordination	12
8.	Materielle Prüfung von Reklamevorhaben.....	12
8.1	Verkehrssicherheit	12
8.1.1	Umfassende Regelung des Bundes	12
8.1.2	Stets untersagt sind Strassenreklamen (Art. 96 Abs. 2 SSV)	12
8.1.3	In allen anderen Fällen hat die zuständige Behörde im Einzelfall zu prüfen, ob die Strassenreklame die Verkehrssicherheit beeinträchtigen könnte (Art. 96 Abs. 1 SSV).....	13
8.1.4	Im Bereich von Autobahnen und Autostrassen sind Reklamen grundsätzlich verboten	13
8.1.5	Checkliste zur Beurteilung der Verkehrssicherheit.....	14
8.2	Abstandsvorschriften	14
8.2.1	Bemerkung zu den Ausnahmebewilligungen	15

8.3	Ortsbild- und Landschaftsschutz	15
8.4	Denkmalschutz	16
8.5	Kommunale Reklamevorschriften	16
8.6	Beleuchtete und leuchtende Reklamen und andere Lichteffekte	17
8.7	Hindernisfreiheit.....	17
8.8	In der Regel keine Inhaltskontrolle	17
9.	Widerrechtliche Reklamen	18
Anhang 1: Einzuholende Fach- und Amtsberichte bzw. weitere Verfügungen		18
Anhang 2: Checkliste Wahl- und Abstimmungsplakate		20
Anhang 3: Checkliste Verkehrssicherheit bei Strassenreklamen.....		22

Impressum

Prozessverantwortung: Leitung Fachgruppe Strassenbaupolizei – Thomas Spillmann
Freigabe: Kreiskonferenz / Amtsleitung – Stefan Studer

Herausgabe: Bau- und Verkehrsdirektion / Tiefbauamt
Kontakt: www.be.ch/tba

1. Inhalt und Zweck

Der an Strassen angrenzende Raum ist als Standort für Reklamen attraktiv. Entsprechend wird dieser bewirtschaftet. Basierend auf den Grundlagen des geltenden Rechts und der aktuellen Forschung werden in dieser Arbeitshilfe der Begriff der Reklame definiert, die Verfahren und Zuständigkeiten zur Bewilligung von Reklamevorhaben im Strassenraum erläutert und die Anforderungen an Reklamen und Reklamestandorte beschrieben.

Für die praktische Anwendung hält die Arbeitshilfe in drei Anhängen auch verschiedene Checklisten bereit: Hinweise für die Baubewilligungsbehörde zu den allenfalls einzuholenden Fach- und Amtsberichten beziehungsweise den weiteren Verfügungen, eine Zusammenfassung der Anforderungen an Wahl- und Abstimmungsplakate und eine Checkliste zur systematischen Beurteilung verkehrsrelevanter Aspekte von Strassenreklamen, insbesondere hinsichtlich der Verkehrssicherheit.

Die Arbeitshilfe gibt damit einen Überblick zum Thema und überführt die gesetzlichen Vorgaben in praxisorientierte Regeln. Sie richtet sich an Personen, die Reklamevorhaben planen, prüfen oder bewilligen.

2. Grundlagen

Die bundesrechtlichen Vorschriften im Strassenverkehrsgesetz und in der Signalisationsverordnung statuieren die Bewilligungspflicht für das Anbringen und Ändern von Strassenreklamen. Materiell regeln sie den Aspekt der Verkehrssicherheit dieser Reklamen. Die Kantone und Gemeinden sind nicht berechtigt, im Bereich der Verkehrssicherheit eigene Regeln aufzustellen. Sie sind aber befugt, ergänzende Vorschriften zu erlassen, beispielsweise zum Schutz des Landschafts- und Ortsbilds. Zudem können die Kantone innerorts Ausnahmen von der Bewilligungspflicht vorsehen. Der Kanton Bern hat von diesen Möglichkeiten Gebrauch gemacht. Das kantonale Recht enthält Ästhetikvorschriften (Art. 9 Baugesetz), bestimmt baubewilligungsfreie Strassenreklamen (Art. 6a Baubewilligungsdekret) und legt Strassenabstände fest (Art. 58 Strassenverordnung). Die Gemeinden dürfen zudem gegenüber Gemeindestrassen und Privatstrassen im Gemeingebrauch bei den Mindestabständen strengere Regeln vorsehen sowie eigene Ästhetikvorschriften erlassen, die über die kantonalen Vorschriften des allgemeinen Ortsbild- und Landschaftsschutzes hinausgehen können.

2.1 Rechtliche Grundlagen

- Art. 6 des Strassenverkehrsgesetzes vom 19. Dezember 1958 (SVG; SR 741.01)
- Art. 95 – 100 der Signalisationsverordnung vom 5. September 1979 (SSV; SR 741.21)
- Art. 69 f. der Verordnung über die technischen Anforderungen an Strassenfahrzeuge vom 19. Juni 1995 (VTS; SR 741.41)
- Art. 23 f. des Bundesgesetzes über die Nationalstrassen vom 8. März 1960 (NSG; SR 725.11)
- Baugesetz vom 9. Juni 1985 (BauG; BSG 721.0), insbesondere Art. 1a, Art. 1b, Art. 9 und Art. 32 Abs. 2
- Dekret vom 22. März 1994 über das Baubewilligungsverfahren (Baubewilligungsdekret, BewD; BSG 725.1), insbesondere Art. 6a, Art. 7 und Art. 27 Abs. 1 Bst. f i.V.m. Abs. 5
- Art. 80 Abs. 3 des Strassengesetzes vom 4. Juni 2008 (SG; BSG 732.11)
- Art. 58 und 59 der Strassenverordnung vom 29. Oktober 2008 (SV; BSG 732.111.1)
- Kommunale Vorschriften

2.2 Forschung

- «Reklame im Strassenraum», SVI 2001/001, Februar 2016

3. Begriffe

3.1 Strassenreklame

Als Strassenreklamen gelten alle Werbeformen und anderen Ankündigungen in Schrift, Bild, Licht, Ton usw., die im Wahrnehmungsbereich der Fahrzeugführenden liegen, während diese ihre Aufmerksamkeit dem Verkehr zuwenden (Art. 95 Abs. 1 SSV). Der Begriff der Strassenreklame ist weit zu verstehen. Darunter können auch Parolen (Meinungsäusserungen) an einer Hausfassade fallen, die von der Strasse her wahrnehmbar sind (BVR 2020 S. 380).

3.2 Firmenanschriften

Firmenanschriften bestehen aus dem Firmennamen, Branchenhinweisen (z. B. «Baustoffe», «Gartenbau») und gegebenenfalls einem Firmensignet. Sie sind am Gebäude des Unternehmens selbst oder in dessen unmittelbarer Nähe angebracht (vgl. Art. 95 Abs. 2 SSV). Massgebend ist, ob der Betrachter den Bezug einer Firmenanschrift zu einem Gebäude sofort zu erkennen vermag.

3.3 Eigenreklame

Eigenreklamen werben für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen und dergleichen, die mit dem Standort der Reklame in einem engen räumlichen Zusammenhang stehen. Dies ist beispielsweise dort der Fall, wo das Produkt am Reklamestandort erworben werden kann oder es dort hergestellt wird. Der örtliche Zusammenhang ist auf das Gebäude selbst oder dessen unmittelbare Nähe beschränkt.

3.4 Fremdreklame

Fremdreklamen werben für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen etc., die mit dem Standort der Reklame in keinem örtlichen Zusammenhang stehen.

3.5 Temporäre Reklamen

Temporäre Reklamen informieren als zeitlich begrenzte Ankündigungen über Veranstaltungen.

3.6 Wahl- und Abstimmungsplakate

Wahl- und Abstimmungsplakate gelten als temporäre Reklamen. Sie sind innerorts für eine bestimmte Dauer bewilligungsfrei. Die Regeln bezüglich Strassenabstand, Verkehrssicherheit und Ortsbildschutz sind jedoch auch so einzuhalten. Im Anhang 2: Checkliste Wahl- und Abstimmungsplakate sind die wichtigsten Anforderungen als Checkliste zusammengefasst.

3.7 Wegweiser und Signale

Touristische Signalisationen, Hotel- und Restaurantwegweiser (Art. 54 Abs. 9, Art. 62 Abs. 1 und 4 SSV) und Betriebswegweiser (Art. 54 Abs. 4 SSV) sind keine Strassenreklamen. Sie dienen der Verkehrslenkung. Zuständig für das Anbringen von Signalen und Wegweisern ist entweder das Tiefbauamt oder die Gemeinde (Art. 66 Abs. 3 SG und Art. 45 SV).

3.8 Verkehrsinformationsdisplays

Bei Verkehrsinformationsdisplays handelt es sich um Ankündigungen in Schrift, Bild und Licht, die im Wahrnehmungsbereich der Fahrzeugführenden liegen. Sie gelten daher gemäss Art. 95 Abs. 1 SSV grundsätzlich ebenfalls als Strassenreklamen. Allerdings besteht an ihnen ein breites öffentliches Interesse. So informieren sie über mögliche Verkehrssperrungen oder -umleitungen, Wartezeiten/Staus oder machen Ankündigungen mit verkehrserzieherischem oder unfallverhütendem Charakter. Hierfür sieht Art. 97 Abs. 2 SSV explizit Ausnahmen vor. Die Grundsätze bezüglich dem Anbringen von Strassenreklamen gelten für Verkehrsinformationsdisplays sinngemäss.

3.9 Werbung an Fahrzeugen

Werbeaufschriften an Fahrzeugen sind grundsätzlich erlaubt, sie dürfen aber die Aufmerksamkeit anderer Strassenbenutzer nicht übermäßig ablenken (Art. 69 f. VTS). Solange ein Fahrzeug mit Werbeflächen in erster Linie der Fortbewegung und dem Transport dient und regelmäßig auf Strassen zirkuliert, also die Benutzung als Fahrzeug im Vordergrund steht, gilt es nicht als Strassenreklame (Bsp. Transportfahrzeug eines Unternehmens mit Firmenlogo). Wenn aber ein Fahrzeug oder ein Anhänger primär zu Werbezwecken abgestellt wird, handelt es sich um eine Strassenreklame (BGer 6P.62/2007 vom 27. Oktober 2007, E. 4.2–4.4; Entscheid der BVD vom 29. Oktober 2013, RA 120/2013/16).

3.10 Innerorts/ausserorts

Die Definitionen von «innerorts» und «ausserorts» finden sich in Art. 1 Abs. 4 SSV (mit Hinweis auf die Abbildungen im Anhang 2 der SSV; blaue und weisse Ortsschilder): Der Bereich «innerorts» beginnt beim Signal «Ortsbeginn auf Hauptstrassen» oder «Ortsbeginn auf Nebenstrassen» und endet beim Signal «Ortsende auf Hauptstrassen» oder «Ortsende auf Nebenstrassen». «Ausserorts» beginnt beim Signal «Ortsende auf Hauptstrassen» oder «Ortsende auf Nebenstrassen» und endet beim Signal «Ortsbeginn auf Hauptstrassen» oder «Ortsbeginn auf Nebenstrassen».

4. Baubewilligungspflichtige Reklamen

Reklamen sind grundsätzlich baubewilligungspflichtig (Art. 1a Abs. 1 BauG und Art. 99 Abs. 1 SSV i. V. m. Art. 32 Abs. 2 BauG). Für Reklamevorhaben ist somit ein Baugesuch zu stellen. Die Baubewilligung gilt gleichzeitig als Reklamebewilligung im Sinne der SSV (Art. 32 Abs. 2 BauG). Änderungen von bestehenden bewilligten Reklamen können ebenfalls bewilligungspflichtig sein, beispielsweise die Änderung der Grösse oder des Standorts. Dies ist im Einzelfall zu prüfen. Wird ein bestehender (bewilligter) Werbeträger entfernt, erlischt eine allfällige Besitzstandsgarantie nach Art. 3 BauG (vgl. Entscheide der BVD vom 20. März 2018, RA 110/2017/161 und vom 18. Juni 2020, RA 110/2020/39).

5. Baubewilligungsfreie Reklamen

Der kantonale Gesetzgeber hat bestimmte Strassenreklamen als baubewilligungsfrei bezeichnet (Art. 6a BewD). Es handelt sich durchwegs um Formen der Eigenreklame; Fremdreklamen sind immer baubewilligungspflichtig. Die baubewilligungsfreien Reklamevorhaben benötigen auch keine Bewilligung nach Art. 99 Abs. 2 SSV. Es ist allerdings zu beachten, dass auch die in Art. 6a BewD aufgezählten Reklamen eine Baubewilligung erfordern, wenn ein Fall von Art. 7 Abs. 1 oder Abs. 2 BewD vorliegt. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn ein Bauvorhaben ausserhalb der Bauzone liegt und den Raum äusserlich erheblich verändert (z. B. eine sehr stark beleuchtete Reklame) oder wenn das Bauvorhaben den Gewässerraum, den Wald, ein Naturschutz- oder Ortsbildschutzgebiet, ein Naturschutzobjekt, ein Baudenkmal oder dessen Umgebung betrifft und das entsprechende Schutzinteresse betroffen ist (Beispiele: Firmenanschrift an der Fassade eines Baudenkmales; Wahlplakate in einem Ortsbildschutzgebiet oder im Gewässerraum).

Art. 99 Abs. 2 SSV ermächtigt die Kantone eigentlich nur, Strassenreklamen im Innerortsbereich als bewilligungsfrei zu erklären. Die in Art. 6a Bst. a und Bst. c-g BewD genannten Reklamen sind aber wegen der kleinen Fläche von derart geringer Bedeutung, dass sie unter Vorbehalt von Art. 7 BewD auch ausserorts als bewilligungsfrei erklärt wurden. Der kantonale Gesetzgeber erachtete dies als vertretbar, da die Baupolizeibehörde gestützt auf Artikel 1b Absatz 3 BauG auch gegen baubewilligungsfreie Bauten und Anlagen vorgehen kann, wenn diese die öffentliche Ordnung stören. Die Definitionen von «innerorts» und «ausserorts» finden sich in Kap. 3.10.

Art. 6a BewD umfasst gemäss Randtitel nur Strassenreklamen. Bei Reklamen, die zwar die Voraussetzungen dieser Norm erfüllen, aber keine Strassenreklamen sind – beispielsweise solche, die ausschliesslich von einer Bahnlinie oder einem reinen Fussweg aus einsehbar sind – ist nach Art. 1a Abs. 1 und 1b Abs. 1 BauG und Art. 6 BewD zu prüfen, ob sie baubewilligungsfrei sind. In der Regel werden gleichartige Fälle ausserhalb des Strassenbereichs auch baubewilligungsfrei sein.

5.1 Baubewilligungsfreiheit bedeutet nicht Rechtsfreiheit

Die Befreiung von der Baubewilligungspflicht entbindet nicht vom Einholen anderer Bewilligungen (Art. 1b Abs. 2 BauG, vgl. dazu auch Kap. 6) und von der Einhaltung der anwendbaren Vorschriften. Als «anwendbare Vorschriften» gelten nicht nur die Vorschriften des Baurechts, sondern die Vorschriften des gesamten öffentlichen Rechts, z. B. auch Gewässerschutz-, Umweltschutz und Naturschutzbereichen. So sind beispielsweise auch bei bewilligungsfreien Reklamen die Strassen- und Bauabstände einzuhalten und allenfalls beim zuständigen Gemeinwesen – bei Gemeindestrassen ist dies die Gemeinde, bei Kantonsstrassen das kantonale Tiefbauamt bzw. der zuständige Oberingenieurkreis – eine Ausnahmebewilligung für die Unterschreitung des Strassenabstands einzuholen. Bei Nationalstrassen sind Reklamen innerhalb der Baulinien immer bewilligungspflichtig (Art. 23 Abs. 1 NSG).

Zu beachten ist, dass bei Strassenreklamen die Verkehrssicherheit im Vordergrund steht und sich deshalb die Bewilligungspflicht nach dem Raumplanungsrecht nicht mit derjenigen des Strassenverkehrsrechts deckt. Die Verkehrssicherheit kann auch bei Strassenreklamen tangiert sein, die aufgrund der geringen Grösse und damit der fehlenden Auswirkung auf die Nutzungsordnung raumplanungsrechtlich noch irrelevant sind.¹

Daher sind auch gegen baubewilligungsfreie Bauten und Anlagen, die die öffentliche Ordnung stören, die erforderlichen baupolizeilichen Massnahmen anzurufen, bei Reklamen insbesondere im Interesse der Verkehrssicherheit und des Ortsbild- und Landschaftsschutzes (Art. 1b Abs. 3 BauG; vgl. dazu auch

¹ Vortrag des Regierungsrates an den Grossen Rat betreffend das Dekret über das Baubewilligungsverfahren vom 30. April 2008, S. 9; Entscheid der BVD vom 6. September 2019, RA 120/2019/33

Kap. 9). Bei stark beleuchteten Reklamen kann es allenfalls zu störenden Lichtimmissionen kommen (Art. 7 Abs. 1 und Art. 11 USG²).

5.2 Baubewilligungsfreie Strassenreklamen gemäss Art. 6a BewD

- **Firmanschriften** oder **Firmensignete** bis zu einer Fläche von insgesamt 1,2 m² pro Gebäudeseite, die flach an der Fassade angebracht oder unmittelbar vor der Fassade parallel dazu aufgestellt werden.
In der Regel ist davon auszugehen, dass ein Gebäude vier Gebäudeseiten hat. Fassadenvor- oder -rücksprünge (wie beispielsweise Erker) gelten nicht als weitere Gebäudeseite. Bei unregelmässigen Gebäudegrundrisse ist im Einzelfall zu prüfen, wie viele Gebäudeseiten vorliegen; dabei kommt es auf die grobe Grundform des Gebäudes an (z. B. sechs Seiten bei L-Form). Reklamen auf Dächern unterliegen dagegen immer der Baubewilligungspflicht, da Dächer wesentliche Gestaltungselemente eines Baukörpers sind.
- Eine **Fahne** mit **Firmanschrift** oder **Firmensignet** innerorts pro Betrieb
Die Grösse der Fahne ist gesetzgeberisch nicht beschränkt worden. Gemeint sind Fahnen, die an einer Seite festgemacht sind, z. B. an einem üblichen Fahnenmast.
- **Fahnen** und **Flaggen**, sofern es sich um **Hoheitszeichen** handelt.
Wappen der Eidgenossenschaft, der Kantone, Bezirke und Gemeinden beispielsweise Schweizer Fahne oder Berner Fahne.
- **Reklamen in Schaufenstern** und **Schaukästen**.
Allerdings ist nur die übliche Ausstattung von (bewilligten) Schaufenstern und Schaukästen nicht baubewilligungspflichtig. So hat das Bundesgericht beispielsweise bestätigt, dass grossformatige Flachbildschirme, die alle 10 Sekunden ein neues Standbild zeigen, wegen der grossflächigen Lichtimmissionen auch in bestehenden Schaukästen baubewilligungspflichtig sind. Die langfristig angelegte Umgestaltung der Vitrine mittels grossformatigen Bildschirmen stelle eine Nutzungsänderung dar (BGer 1C_12/2007 vom 8. Januar 2008, E. 2). Wie für alle Strassenreklamen gilt auch für Reklamen in Schaufenstern und Schaukästen, dass sie die Verkehrssicherheit nicht gefährden dürfen.
- **Eigenreklamen** mit einer maximalen Fläche von bis zu insgesamt 1,2 m² pro Gebäudeseite, die flach an der Fassade angebracht oder unmittelbar vor der Fassade parallel dazu aufgestellt werden. Diese Fläche ist zusätzlich zu jener für Firmanschriften und Firmensignete nach Art. 6a Abs. 1 Bst. a BewD bewilligungsfrei.
- **Angebotstafeln beim Eingang von Betrieben**, die nur während der Geschäftsöffnungszeiten aufgestellt sind.
Wie alle Strassenreklamen dürfen auch solche Angebotstafeln nur ausserhalb von Strassen, Rad- und Gehwegen aufgestellt werden (Art. 58 Abs. 2 SV) und die Verkehrssicherheit nicht beeinträchtigen. Zudem müssen sie den Strassenabstand einhalten. Reklamen, die die Berechtigten auf den für Fussgänger bestimmten Verkehrsflächen behindern oder gefährden, sind generell untersagt (Art. 96 Abs. 1 Bst. b SSV). Es ist dabei auch auf die Interessen und Bedürfnisse von Behinderten (z. B. Sehbehinderte, Personen im Rollstuhl) Rücksicht zu nehmen (Art. 22 BauG i.V.m. Art. 85 Abs. 1 BauV³ und Art. 88 Abs. 4 BauV).
- Werbeanlagen mit einer Fläche von insgesamt maximal 1,2 m² für den Verkauf oder für Dienstleistungen **auf landwirtschaftlichen Produktionsbetrieben**.

² Bundesgesetz vom 7. Oktober 1983 über den Umweltschutz (Umweltschutzgesetz, USG; SR 814.01)

³ Bauverordnung vom 6. März 1985 (BauV; BSG 721.1)

- Unternehmerreklamen sowie Vermietungs- und Verkaufsreklamen auf **Baugrundstücken** innerorts mit einer Fläche von insgesamt maximal 12 m², ab Baubeginn bis maximal sechs Monate nach Bauabnahme.
Ausserorts sind solche Reklamen baubewilligungspflichtig. Ebenfalls baubewilligungspflichtig sind Vermietungs- und Verkaufsreklamen, die nicht auf Baugrundstücken angebracht sind, d. h. für Liegenschaften, bei denen keine baubewilligungspflichtigen Massnahmen vorgenommen werden (Bsp.: Die Liegenschaft soll verkauft oder vermietet werden oder es werden nur Malerarbeiten in den Innenräumen ausgeführt). Verkaufs- oder Vermietungsreklamen stellen keine Eigenreklamen im Sinne von Art. 6a Abs. 1 Bst. e BewD dar (vgl. Entscheid der BVD vom 6. September 2019, RA 120/2019/33). Die Baubewilligungspflicht ist in der Regel auch gegeben bei Unternehmer-, Vermietungs- und Verkaufsreklamen auf Grundstücken ausserhalb der Bauzone innerorts (Bsp.: Umbau eines Bauernhofs in der Landwirtschaftszone innerorts). Dies deshalb, weil solche Reklamen längere Zeit stehen bleiben und dadurch den Raum äusserlich erheblich verändern.
- Reklamen für **Veranstaltungen, Wahlen und Abstimmungen** innerorts während höchstens sechs Wochen vor und bis fünf Tage nach der Veranstaltung (vgl. auch Anhang 2).
Veranstaltungen sind zeitlich begrenzte regionale und lokale Anlässe, bei denen nicht der Verkauf von Waren und Dienstleistungen im Vordergrund steht, sondern Kultur, Sport oder festliche und gemeinnützige Aspekte, beispielsweise ein Dorffest oder ein Laientheater. Keine Veranstaltungen sind beispielsweise Rampen- oder Sonderverkäufe etc. (vgl. den Entscheid der BVD vom 29. Oktober 2013, RA 120/2013/16). Bewilligungsfreie temporäre Veranstaltungsplakate dürfen Werbung für Sponsoren enthalten, solange diese untergeordneter Natur ist. Baubewilligungsfreie Veranstaltungsreklamen erfordern einen engen räumlichen Zusammenhang zwischen Veranstaltungsort und Reklamestandort. Ausserorts sind Wahl-, Abstimmungs- und Veranstaltungsplakate bewilligungspflichtig und bedürfen bei einem Standort ausserhalb der Bauzone einer Ausnahmebewilligung nach Art. 24 RPG (siehe Kap. 6.1).
- Ein Vorhaben von kleinerer oder geringerer Bedeutung als die Vorgenannten.

6. Weitere allenfalls notwendige Bewilligungen

6.1 Reklamen ausserhalb der Bauzone

Fremdreklamen an Standorten ausserhalb der Bauzone sind nicht zonenkonform und benötigen eine Ausnahmebewilligung nach Art. 24 ff. RPG⁴.

Sind Eigenreklamen und Firmenanschriften gemäss Art. 6a BewD baubewilligungsfrei und ist auch kein Fall von Art. 7 BewD gegeben, ist keine Ausnahmebewilligung nach Art. 24 RPG erforderlich. Sind sie dagegen baubewilligungspflichtig, ist eine Ausnahmebewilligung nach Art. 24 RPG notwendig.

Ausnahmebewilligungen nach Art. 24 RPG für zeitlich befristete Wahl- und Abstimmungsplakate ausserorts können wegen der fehlenden Standortgebundenheit in aller Regel nicht erteilt werden. Werden solche Plakate innerorts, aber ausserhalb der Bauzone aufgestellt, sind sie nur baubewilligungspflichtig, wenn sie den Raum äusserlich erheblich verändern. In der Regel wird dies zu verneinen sein, da durch temporäre Wahl- und Abstimmungsplakate der Raum nur für kurze Zeit verändert wird.

Zuständig für den Entscheid über das Gesuch um Erteilung einer Ausnahmebewilligung nach Art. 24 RPG ist das Amt für Gemeinden und Raumordnung (AGR) (vgl. Art. 84 BauG i.V.m. Art. 12 Abs. 1 Bst. e

⁴ Bundesgesetz vom 22. Juni 1979 über die Raumplanung (Raumplanungsgesetz, RPG; SR 700)

OrV DIJ⁵). Die Verfügung des AGR hat die Baubewilligungsbehörde zusammen mit dem Bau- bzw. Gemeinwesenentscheid zu eröffnen.

6.2 Straßenabstand bei Kantons- und Gemeinestrassen

Ausnahmen von den gesetzlichen Straßenabständen (vgl. dazu Kap. 8.2) kann das zuständige Gemeinwesen bewilligen. Dies ist bei Gemeinestrassen die Gemeinde, bei Kantonsstrassen der zuständige Oberingenieurkreis.

6.3 Nationalstrassen

Sollen Reklamen im Bereich der Nationalstrassen erster und zweiter Klasse auf dem Grundeigentum des Bundes aufgestellt werden, so wird das entsprechende Gesuch nur durch das ASTRA beurteilt. Ist dies nicht der Fall (bspw. bei Raststätten), so erfolgt die Beurteilung einzig durch die nach kantonalem Recht zuständige Behörde und auf die Genehmigung durch das ASTRA wird verzichtet (Art. 99 Abs. 1 SSV). Für Straßenreklamen im Bereich von Nationalstrassen 3. Klasse, d. h. für Reklamen, die von blau signalisierten Strecken aus wahrnehmbar sind, ist keine Genehmigung des ASTRA notwendig; das ASTRA übt aber auch hier die Aufsicht über Straßenreklamen aus (Art. 105 Abs. 3 SSV).

Alle Reklamen innerhalb der Nationalstrassenbaulinien sind bewilligungspflichtig (Art. 23 Abs. 1 NSG).

Vergleiche zu Reklamen im Bereich von Autobahnen und -strassen im Detail Kap. 8.1; Auskünfte erfolgen durch die Baupolizei des ASTRA (siehe Anhang 2 Kap. 4).

6.4 Reklamen auf öffentlichem Grund

Ist ein Reklamevorhaben auf öffentlichem Grund oder an Eigentum eines Gemeinwesens (z. B. Kandelauber) geplant, braucht es die Bewilligung des Gemeinwesens (Art. 68 und 70 SG; Art. 29 Abs. 1 NSV⁶).

6.5 Wald

Reklamevorhaben im Wald benötigen eine Ausnahmebewilligung für nichtforstliche Kleinbauten (vgl. Art. 4 und Art. 14 Abs. 2 WaV⁷).

Reklamevorhaben, die den massgebenden Waldabstand nicht einhalten, benötigen eine entsprechende Ausnahmebewilligung (Art. 26 KWaG⁸ i. V. m. Art. 34 KWaV⁹). Zuständig für die Erteilung der Rodungsbewilligung bzw. der Ausnahmebewilligung für die Unterschreitung des Waldabstands ist das kantonale Amt für Wald und Naturgefahren (AWN).

⁵ Verordnung vom 18. Oktober 1995 über die Organisation und die Aufgaben der Direktion für Inneres und Justiz (Organisationsverordnung DIJ, OrV DIJ; BSG 152.221.131

⁶ Nationalstrassenverordnung des Bundesrats vom 7. November 2007(NSV; SR 725.111)

⁷ Verordnung vom 30. November 1992 über den Wald (Waldverordnung, WaV; SR 921.01)

⁸ Kantonales Waldgesetz vom 5. Mai 1997 (KWaG, BSG 921.11)

⁹ Kantonale Waldverordnung vom 29. Oktober 1997 (KWaV; BSG 921.111)

6.6 Gewässerraum und Uferbereich

Im Gewässerraum dürfen nur Bauten und Anlagen erstellt werden, die standortgebunden sind und im öffentlichen Interesse liegen (Art. 41c Abs. 1 GSchV¹⁰). Reklamen erfüllen diese Voraussetzungen nicht. In dicht überbauten Gebieten können Ausnahmen bewilligt werden, sofern keine überwiegenden Interessen entgegenstehen.

Falls eine Ausnahmebewilligung erteilt wird, ist zusätzlich eine Wasserbaupolizeibewilligung des kantonalen Tiefbauamts erforderlich (Art. 48 WBG¹¹). In Uferschutzzonen gemäss Art. 2 ff. SFG¹² bedarf es zudem der Zustimmung des AGR (Art. 5 Abs. 3 SFG i. V. m. Art. 17 Abs. 2 und 3 SFV¹³). Diese dürfte für Reklamen kaum je erteilt werden, da in der Uferschutzzone nur Bauten zulässig sind, die standortgebunden und im öffentlichen Interesse sind und die Uferlandschaft nicht beeinträchtigen (Art. 4 Abs. 1 SFG).

7. Verfahren und Zuständigkeit

7.1 Ordentliche oder kleine Baubewilligung

Gemäss Art. 27 Abs. 1 BewD sollen baubewilligungspflichtige Strassenreklamen zu jener Kategorie von Bauvorhaben gehören, die in der Regel im Verfahren der kleinen Baubewilligung behandelt werden können, also in einem vereinfachten Verfahren ohne Veröffentlichung des Baugesuchs. In der Regel wird aber ein Fall von Art. 27 Abs. 5 BewD vorliegen: Wenn wesentliche öffentliche Interessen des Ortsbild- oder Denkmalschutzes oder der Verkehrssicherheit berührt werden oder der Kreis der betroffenen Nachbarn und Nachbarinnen und die privaten Organisationen nicht eindeutig bestimmbar sind, so ist das ordentliche Baubewilligungsverfahren durchzuführen. Bei Reklamevorhaben wird dies häufig der Fall sein; so ist in der Regel bei Strassenreklamen das Thema Verkehrssicherheit relevant, oft ist auch der Ortsbildschutz betroffen, Leuchtreklamen können zudem in einem weiteren Umkreis sichtbar sein und Immisionen verursachen. Der Kreis der Betroffenen ist meistens schwierig zu bestimmen.

In den Baugesuchsunterlagen sind insbesondere Angaben zu machen über die Grösse (Masse), Farben, Art einer eventuellen Beleuchtung, Abstände und Materialwahl. Es ist das Baubewilligungsformular Nr. 6.0 zu verwenden. Auch sind Fotos oder Fotomontagen mit dem eingezeichneten Reklamestandort einzureichen.

7.2 Zuständigkeit

Wie für jedes andere Bauvorhaben auch, richtet sich die Zuständigkeit für die Erteilung einer Baubewilligung für ein Reklamevorhaben nach Art. 33 BauG und Art. 8 ff. BewD. Baubewilligungsbehörde ist somit entweder die Gemeinde oder der Regierungsstatthalter bzw. die Regierungsstatthalterin. Letztere sind in jedem Fall zuständig für Bauvorhaben, die für Zwecke der Gemeinde bestimmt sind. Dies ist schon dann der Fall, wenn ein Bauvorhaben von Dritten auf gemeindeeigenem Boden geplant ist; beispielsweise wenn ein Plakatierungsunternehmen auf einem Grundstück Plakatstellen errichten will, das im Eigentum der Gemeinde steht (vgl. Art. 8 Abs. 2 BewD).

¹⁰ Gewässerschutzverordnung vom 28. Oktober 1998 (GSchV; SR 814.201)

¹¹ Gesetz vom 14. Februar 1989 über Gewässerunterhalt und Wasserbau (Wasserbaugesetz, WBG; BSG 751.11)

¹² Gesetz vom 6. Juni 1982 über See- und Flussufer (See- und Flussufergesetz; SFG; BSG 704.1)

¹³ See- und Flussuferverordnung vom 29. Juni 1983 (SFV; BSG 704.111)

Wann die Bewilligungskompetenz der kleinen Gemeinden gegeben ist, wird ebenfalls nach den allgemeinen Regeln bestimmt (Art. 9 BewD). Demnach ist der Regierungsstatthalter zuständige Baubewilligungsbehörde, wenn das Reklamevorhaben neben der Baubewilligung eine in Art. 9 Abs. 1 BewD nicht aufgezählte weitere Bewilligung benötigt.

7.3 Koordination

Benötigt das Reklame-Vorhaben neben der Baubewilligung noch weitere Bewilligungen, so ist gemäss Art. 5 Abs. 1 KoG¹⁴ das Baubewilligungsverfahren Leitverfahren. Die Baubewilligungsbehörde hat bei den zuständigen Behörden in der Regel Amtsberichte einzuholen und einen Gesamtentscheid zu fällen.

Ist eine kleine Gemeinde zuständige Baubewilligungsbehörde, so hat sie die Baubewilligung erst auszustellen, wenn die anderen erforderlichen Bewilligungen von den zuständigen Behörden vorliegen (Art. 2a Abs. 2 BauG).

8. Materielle Prüfung von Reklamevorhaben

8.1 Verkehrssicherheit

8.1.1 Umfassende Regelung des Bundes

Das Bundesrecht regelt den Aspekt der Sicherheit im Strassenverkehr umfassend. Die Kantone und Gemeinden sind nicht berechtigt, in Sachen Verkehrssicherheit eigene Regeln für Reklamen zu erlassen. Grundlage ist Art. 6 SVG, der Reklamen und andere Ankündigungen im Bereich der für Motorfahrzeuge oder Fahrräder offenen Strassen untersagt, die zu Verwechslung mit Signalen oder Markierungen Anlass geben oder sonst, namentlich durch Ablenkung der Strassenbenutzer, die Verkehrssicherheit beeinträchtigen könnten. In Art. 95–100 SSV finden sich die Ausführungsbestimmungen zu dieser Vorschrift. Die Vorschriften der Signalisationsverordnung gelten nur für Reklamen entlang bzw. im Bereich von Strassen, aber beispielsweise nicht für Reklamen an Bahnlinien, die nur für Bahnfahrende sichtbar sind.

8.1.2 Stets untersagt sind Strassenreklamen (Art. 96 Abs. 2 SSV)

- wenn sie in das Lichtraumprofil der Fahrbahn vorstehen (0,5 m seitlich, 4,5 m über der Fahrbahn, 2,5 m über Gehwegen),
- auf der Fahrbahn (ausgenommen in Fussgängerzonen),
- in signalisierten Tunneln sowie in Unterführungen ohne Trottoirs, oder
- wenn sie Signale oder wegweisende Elemente enthalten.

Der Gesetzgeber hat damit die Ausschlussgründe festgelegt und entschieden, dass in diesen Fällen eine Bewilligung nicht in Frage kommt. Es braucht daher keine Abklärung im Einzelfall, ob die Verkehrssicherheit gefährdet sein könnte.

¹⁴ Koordinationsgesetz vom 21. März 1994 (KoG; BSG 724.1)

Ebenfalls untersagt sind nach Art. 97 Abs. 1 SSV Strassenreklamen an Signalen oder in ihrer unmittelbaren Nähe. In Art. 97 Abs. 2 SSV sind jedoch für wenige Spezialfälle Ausnahmen zu diesem Grundsatz vorgesehen.

8.1.3 In allen anderen Fällen hat die zuständige Behörde im Einzelfall zu prüfen, ob die Strassenreklame die Verkehrssicherheit beeinträchtigen könnte (Art. 96 Abs. 1 SSV)

Der Begriff der «möglichen Beeinträchtigung der Verkehrssicherheit» ist ein unbestimmter Rechtsbegriff. Die Behörde, die einen solchen Begriff anwendet, hat einen gewissen Beurteilungsspielraum. Es ist dabei aber ein strenger Massstab anzuwenden: Gemäss Bundesgerichtspraxis reicht bereits eine potentielle Beeinträchtigung oder eine entfernte, nicht einmal in der Regel eintretende mittelbare Gefährdung aus, die Verkehrssicherheit beeinträchtigen zu können. Das Bundesgericht misst dem Aspekt der Verkehrssicherheit im Verhältnis zu wirtschaftlichen Interessen grosses Gewicht bei. Ein allfälliger Ermessensspielraum ist immer zu Gunsten der Verkehrssicherheit auszulegen.

Art. 96 Abs. 1 Bst. a-d SSV enthält eine Aufzählung von Umständen, bei denen von einer Beeinträchtigung der Verkehrssicherheit auszugehen ist. Genannt werden Strassenreklamen, die

- das Erkennen anderer Verkehrsteilnehmender erschweren, wie im näheren Bereich von Fussgängerstreifen (gemäss Norm VSS 40 241, 20 m vor und nach Fussgängerstreifen), Verzweigungen oder Ausfahrten. (Der Verordnungsgeber hat im Übrigen darauf verzichtet, den Begriff «im näheren Bereich» zu definieren und starre Distanzangaben festzulegen; es kommt auf die konkreten Umstände des Einzelfalls an.),
- die Berechtigten auf den für Fussgänger bestimmten Verkehrsflächen behindern oder gefährden,
- mit Signalen oder Markierungen verwechselt werden können, oder
- die Wirkung von Signalen oder Markierungen herabsetzen.

Diese Aufzählung ist nicht abschliessend. Heikel sind beispielsweise auch Reklamen an Unfallschwerpunkten, im Bereich von Kuppen, in Sichtzonen von Kurveninnenseiten sowie in oder um Kreisel und an Kandelabern.

8.1.4 Im Bereich von Autobahnen und Autostrassen sind Reklamen grundsätzlich verboten

Strassenreklamen im Bereich von Autobahnen und Autostrassen sind untersagt (Art. 98 Abs. 1 SSV i. V. m. Art. 6 Abs. 2 SVG). Als «Autobahnen und Autostrassen» gelten die mit den grünen Signalen «Autobahn» und «Autostrasse» gekennzeichneten Strassen, also der Bereich zwischen den Signalen «Autobahn» und «Ende der Autobahn» bzw. «Autostrasse» und «Ende der Autostrasse». Dazu gehören auch die Anschlussbereiche, Rastplätze und Nebenanlagen (Raststätten); vgl. Art. 1 Abs. 6 und Art. 45 Abs. 1 SSV sowie die Signale 4.01 – 4.04 im Anhang 2 zur SSV.

Auch hier gelten jene Reklamen als Strassenreklamen, welche die Fahrzeugführenden wahrnehmen können – die in ihrem Gesichtsfeld liegen – während sie ihre Aufmerksamkeit dem Verkehrsgeschehen auf der Strasse zuwenden. Massgebend ist nicht der Standort der Reklame, sondern ob diese geeignet ist, die Verkehrsteilnehmer bei ihrer Konzentration auf das Verkehrsgeschehen abzulenken. Auf die Art des Werbeträgers kommt es nicht an; neben Plakaten stellen auch Feldwerbung, beispielsweise grossformatiger Schriftzug aus Pflanzen, oder ein dauerhaft abgestellter beschrifteter Anhänger Strassenreklamen dar.

Das Verbot von Strassenreklamen im Bereich von Autobahnen und Autostrassen gilt nicht uneingeschränkt. Nach Art. 98 Abs. 2 Bst. a SSV ist je Fahrtrichtung eine Firmenanschrift pro Firma zulässig. Sind in einem Gebäude mehrere Firmen tätig, so hat jede Firma Anspruch auf eine Firmenanschrift je Fahrtrichtung. Dabei kann die Firmenanschrift zum Beispiel auch auf einer Fahne angebracht werden,

die in unmittelbarer Nähe des Gebäudes steht. Eine Fahne ist aber nur zulässig, wenn sich am Gebäude keine Firmenanschrift befindet. Die Namen von Sportstadien, Museen, Hotels, Restaurants und Konzerthallen können ebenfalls am entsprechenden Gebäude angebracht werden. Nicht zu den Firmenanschriften gehören aber zum Beispiel Internetadressen, Hinweise (wie «zu vermieten») oder Telefonnummern oder Hinweise auf Produkte und Bilder.

Zulässig sind auch Ankündigungen mit verkehrserzieherischem, unfallverhütendem oder verkehrslenkendem Charakter; dabei dürfen allfällige Hinweise auf die Trägerschaft der Ankündigung höchstens einen Zehntel der Tafelfläche einnehmen (Art. 98 Abs. 2 Bst. b SSV).

Ausserdem sind auf Nebenanlagen und Rastplätzen zulässig:

- für Tankstellen je eine beleuchtete Firmenanschrift auf dem Gebäude und im Trennstreifen zwischen der Nationalstrasse und der Nebenanlage,
- für Restaurants und Motels je eine beleuchtete Firmenanschrift auf dem Gebäude sowie auf der Quer- und der Längsseite des Gebäudes,
- Strassenreklamen, soweit sie nicht von den Fahrzeuglenkern auf den durchgehenden Fahrbahnen wahrgenommen werden können (Art. 98 Abs. 3 SSV).

Auch bei diesen im Bereich von Autobahnen und Autostrassen zulässigen Strassenreklamen ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Verkehrssicherheit beeinträchtigt werden könnte. Dies erfolgt bei Gesuchen für Reklamen auf Grundeigentum des Bundes bei Nationalstrassen erster und zweiter Klasse nur noch durch das ASTRA, in allen andern Fällen durch die nach kantonalem Recht zuständige Behörde (Art. 99 Abs. 1 SSV). (vgl. Kap. 6.3).

8.1.5 Checkliste zur Beurteilung der Verkehrssicherheit

Das Tiefbauamt hat ein Hilfsmittel zur Beurteilung von Einzelfällen entwickelt (siehe Anhang 3).

8.2 Abstandsvorschriften

Auch Reklamen – sowohl freistehende als auch an Fassaden montierte – haben die verschiedenen Abstandsvorschriften einzuhalten. Unterschreitet das Reklamevorhaben vorgeschriebene Abstände, so ist von der bzw. dem Projektierenden ein begründetes Ausnahmegesuch zu stellen.

Abstandsvorschriften, die Reklamevorhaben einzuhalten haben, sind insbesondere:

- **Strassenabstand:** Für Reklamen werden in Art. 58 SV besondere Strassenabstände festgelegt; die allgemeinen Strassenabstände von Art. 80 Abs. 1 SG gelten somit nicht. Der Abstand zum Fahrbahnrand beträgt 1 m für parallel zur Strassenachse aufgestellte Strassenreklamen. Werden die Strassenreklamen in einem anderen Winkel zur Strassenachse aufgestellt, so beträgt der Abstand zum Fahrbahnrand 3 m.
- Die Gemeinden können für Gemeindestrassen und Privatstrassen im Gemeingebräuch eigene Strassenabstände für Reklamen vorsehen (Art. 59 SV).
- Das geringste Abstandsmass ist immer das Lichtraumprofil nach Art. 83 SG: Seitlich zum Fahrbahnrand ist die lichte Breite von 0,5 m freizuhalten; der Raum über der Fahrbahn und der lichten Breite ist bis auf eine Höhe von 4,5 m (zum Teil 5,5 m; bei Fuss-, Geh- und Radwegen in der Regel 2,5 m) freizuhalten.
- Für Nationalstrassen gelten Baulinien (Art. 22 des NSG i. V. m. Art. 13 NSV).
- Ausnahmen von den gesetzlichen Strassenabständen kann das zuständige Gemeinwesen bewilligen. Das zuständige Gemeinwesen ist bei Gemeindestrassen die Gemeinde, bei Kantsstrassen der zuständige Oberingenieurkreis. Vor der Bewilligung von Bauten und Anlagen innerhalb der Baulinien

von Nationalstrassen hat die Baubewilligungsbehörde das ASTRA anzuhören (Art. 24 Abs. 2 NSG). Ausnahmen zur Unterschreitung des Lichtraumprofils sind nicht möglich.

- **Waldabstand:** Es gilt grundsätzlich für alle baubewilligungspflichtigen Vorhaben ein Waldabstand von 30 m (Art. 25 KWaG i. V. m. Art. 34 KWaV). Für Bauten, die nicht für den Aufenthalt von Menschen bestimmt sind, gilt jedoch ein Waldabstand von 15 m; in diesem Fällen muss ausserdem die Zustimmung des Waldeigentümers vorliegen (Art. 34 Abs. 1 Bst. e KWaV). Die zuständige Waldabteilung des kantonalen Amtes für Wald und Naturgefahren (AWN) ist zuständig für die Behandlung von Ausnahmegesuchen betreffend Waldabstand (Art. 26 Abs. 1 KWaG i. V. m. Art. 34 Abs. 2 KWaV).
- **Grenzabstand** zu Nachbargrundstücken: Die Gemeinden sehen im Gemeindebaureglement Grenzabstände gegenüber benachbarten Grundstücken vor (vgl. Art. 12 Abs. 2 BauG). Speziell für Reklamen finden sich kaum je besondere Grenzabstände. Es fragt sich daher, welcher Grenzabstand auf freistehende Reklamen anzuwenden ist. Es empfiehlt sich, freistehende Reklamen betreffend Abstandsregelung wie unbewohnte Nebenbauten zu behandeln.
- Eventuell weitere im Gemeindebaureglement vorgesehene Abstände (wie z. B. Bauabstand von Zonenengrenzen).

8.2.1 Bemerkung zu den Ausnahmebewilligungen

Bei Reklamevorhaben handelt es sich meistens um «kleine und leicht entfernbare Bauten», für welche nach Art. 28 BauG die erleichterte Ausnahmebewilligung «auf Zusehen hin» offen steht. Auch Art. 81 Abs. 2 SG verweist auf diese erleichterte Ausnahmebewilligung. Sie kann jederzeit entschädigungslos widerrufen werden, sobald sich aus ihr Nachteile für die Öffentlichkeit oder die Nachbarn ergeben. Die erleichterte Ausnahmebewilligung setzt ein genügendes Interesse der Bauherrschaft voraus. Ein Ausnahmegrund im Sinn von Art. 26 BauG («besondere Verhältnisse») ist bei Art. 28 BauG somit nicht erforderlich. Ein genügendes Interesse im Sinn von Art. 28 BauG liegt vor, wenn die Einhaltung der Vorschrift zu einer für die Bauherrschaft unzweckmässigen Lösung führen würde und damit angesichts des unbedeutenden Vorhabens als «übertriebene Strenge» erschiene. Eine solche Situation wird z. B. dann angenommen, wenn unter Einhaltung des ordentlichen Abstands die Sicht auf die Reklame verdeckt wäre und die Reklame nur dann einsehbar ist, wenn eine Ausnahme von der Abstandsvorschrift gewährt wird. Weitere Voraussetzungen sind nach Art. 28 BauG, dass weder öffentliche Interessen (z. B. die Verkehrssicherheit) noch nachbarliche Interessen beeinträchtigt werden und dass bei Bauten an Gewässern oder Wald die dafür zuständige Stelle zugestimmt hat. Kein genügendes Interesse besteht allerdings, wenn die Bauherrschaft ebenso gut, d. h. ohne wesentlichen Nachteil, vorschriftsgemäss bauen kann.

8.3 Ortsbild- und Landschaftsschutz

Reklamen und Anschriften dürfen Landschaften, Orts- und Strassenbilder nicht beeinträchtigen (Art. 9 Abs. 1 BauG). Eine Beeinträchtigung ist gegeben, wenn ein Bauvorhaben einen Gegensatz zur bestehenden Überbauung schafft, der erheblich stört. Die Gemeinden sind befugt, strengere und detailliertere Vorschriften zu erlassen.

Bestehen Bedenken betreffend Beeinträchtigung des Ortsbilds, die nicht offensichtlich unbegründet sind, hat die Baubewilligungsbehörde die kantonale Kommission zur Pflege der Orts- und Landschaftsbilder (OLK) als zuständige kantonale Fachstelle oder eine leistungsfähige örtliche Fachstelle zu konsultieren (Art. 22 Abs. 1 Bst. a und Abs. 2 BewD).

8.4 Denkmalschutz

Baudenkmäler sind herausragende Objekte und Ensembles von kulturellem, historischem oder ästhetischem Wert (Art. 10a Abs. 1 BauG). Es bestehen Bauinventare, in denen die schützens- und erhaltenswerten Baudenkmäler aufgeführt, beschrieben und klassifiziert sind (Art. 10d und Art. 10e BauG, Art. 13 ff. BauV). Baudenkmäler dürfen durch Veränderungen in ihrer Umgebung nicht beeinträchtigt werden (sog. Umgebungsschutz, Art. 10b Abs. 1 BauG). Gemäss Art. 10b Abs. 1 BauG dürfen Baudenkmäler nach den Bedürfnissen des heutigen Lebens und Wohnens für bisherige oder passende neue Zwecke genutzt und «unter Berücksichtigung ihres Werts verändert werden». Das heisst, dass bauliche Änderungen die Qualitäten und Eigenschaften des Baudenkmals nicht nachteilig verändern dürfen.

Ist ein Reklamevorhaben in der Umgebung eines Baudenkmals oder an einem Baudenkmal selber vorgesehen, so ist zu prüfen, ob dadurch das Baudenkmal beeinträchtigt wird. Betrifft ein Bauvorhaben ein Objekt oder die Umgebung eines Objektes, das Gegenstand eines Inventars oder Verzeichnisses von Bund oder Kanton ist (d. h. schützenswerte Baudenkmäler oder erhaltenswerte Baudenkmäler, die zugleich Teil einer Baugruppe sind), bezieht die Baubewilligungsbehörde die kantonale Denkmalpflege (KDP) ein (Art. 10c BauG, Art. 22 Abs. 3 BewD und Art. 13 Abs. 3 BauV).

8.5 Kommunale Reklamevorschriften

Die Gemeinden sind gemäss Art. 9 Abs. 3 BauG befugt, eigene Ästhetikvorschriften zu erlassen, die über die kantonalen Vorschriften des allgemeinen Ortsbild- und Landschaftsschutzes hinausgehen können (Bsp.: Vorschrift, dass Bauten und Anlagen zu einer guten Gesamtwirkung beitragen oder sie sich gut einfügen müssen).

Art. 100 SSV behält ergänzende Vorschriften über Strassenreklamen vor, namentlich solche zum Schutz des Landschafts- und Ortsbilds. Die Gemeinden können somit auch speziell für Reklamen eigene Ästhetikvorschriften erlassen. Dabei ist zu beachten, dass das Interesse an Eigenreklame (auf der eigenen Betriebsliegenschaft) höher gewertet wird als das blosse Interesse, ein Grundstück gegen Entgelt für Fremdreklame zur Verfügung zu stellen. Für Eigenreklamen können somit nicht gleich strenge Einschränkungen vorgesehen werden wie für Fremdreklamen. Ein undifferenziertes und ausnahmsloses Verbot von Fremdreklamen auf privatem Grund wäre aber verfassungswidrig.

Die Gemeinden können beispielsweise Vorschriften erlassen (für das ganze Gemeindegebiet oder bestimmte Gebiete) über

- die Anzahl zulässiger Reklamen pro Fassade,
- die Grösse von Reklamen,
- die einheitliche Gestaltung der Plakatträger,
- die eingeschränkte Zulässigkeit oder das Verbot von gewissen Reklametypen, wie z. B. für:
- Reklamen, die Emissionen (wie Licht oder Lärm) verursachen,
- Reklamen mit Bewegungen (Prismenwender, Wechselautomaten, Laufschriften),
- Projektionen,
- Dachreklamen etc.,
- in bestimmten Gebieten (wie z. B. Ortsbildschutzgebieten) das Verbot von Fremdreklamen allgemein oder von bestimmten Reklametypen (z. B. leuchtenden Reklamen).

Wesentlich ist, dass sich eine kommunale Regelung auf ein ausreichendes öffentliches Interesse abstützen kann. Befürchtet eine Gemeinde beispielsweise die Überhäufung ihres Ortsgebiets mit Fremdreklamen, so kann sie dieses Problem planerisch angehen und grundeigentümerverbindliche Vorschriften aufstellen. Dies kann entweder mit der Aufnahme entsprechender Bestimmungen im Gemeindebaureglement erfolgen oder mit dem Erlass eines separaten Reklamereglements. Dabei sind die Verfahrensvorschriften von Art. 58 ff. BauG einzuhalten. Oft wird zum Reklamereglement auch ein Plakatierungsplan

erlassen, in welchem die zulässigen Standorte für Fremdreklamen festgelegt werden. Um die Wirkung einer solchen Planung vorgängig abzusichern, steht der Gemeinde das Instrument der Planungszone zur Verfügung (Art. 62 BauG).

8.6 Beleuchtete und leuchtende Reklamen und andere Lichteffekte

Leuchtende und beleuchtete Reklamen sind grundsätzlich zulässig. Allerdings können die Interessen der Verkehrssicherheit (Ablenkung in der Nacht) oder des Ortsbild- und Landschafts- oder des Denkmalschutzes im Einzelfall gegen eine beleuchtete Reklame sprechen. Zudem kann eine starke Beleuchtung zu störenden Lichtimmissionen gemäss USG führen. Die Gemeinden können einschränkende Vorschriften hinsichtlich beleuchteter Reklamen erlassen. Beleuchtungen, die himmelwärts strahlen oder die Landschaft beleuchten, beispielsweise sogenannte Skybeamer, sind verboten (Art. 51 Abs. 3 KEnG¹⁵).

8.7 Hindernisfreiheit

Das Behindertengleichstellungsgesetz des Bundes (BehiG)¹⁶ schreibt vor, dass der Zugang für Behinderte zu öffentlich zugänglichen Bauten und Anlagen nicht aus baulichen Gründen erschwert oder verhindert werden darf. Das BehiG gilt, wenn eine Bewilligung für den Bau oder die Erneuerung der öffentlich zugänglichen Bereiche der öffentlich zugänglichen Bauten und Anlagen erteilt wird (Art. 3 Bst. a BehiG). Auch Strassen, öffentliche Plätze, Parkplätze, Haltestellen oder Fusswege fallen unter den Begriff der «öffentliche zugänglichen Bauten und Anlagen».

Der bernische Gesetzgeber hat in Art. 22 BauG Bestimmungen zum hindernisfreien Bauen aufgestellt. Im öffentlichen Verkehrsraum dürfen keine für Sehbehinderte gefährlichen Einrichtungen, wie scharfkantige Schaukästen etc., angebracht werden (Art. 88 Abs. 4 BauV). Beispielsweise dürfen bei der Neugestaltung eines öffentlichen Platzes oder einer Haltestelle des öffentlichen Verkehrs auch die dort vorgeesehenen Plakatanschlagstellen weder die Zugänglichkeit für Behinderte erschweren noch eine Verletzungsgefahr darstellen. Allgemein ist zu beachten, dass Straßenreklamen nach Art. 58 Abs. 2 SV nur ausserhalb von Strassen, Rad- und Gehwegen aufgestellt werden dürfen.

8.8 In der Regel keine Inhaltskontrolle

Im Bundesrecht und im kantonalen Recht gibt es verschiedene Vorschriften zum Inhalt von Reklamen, insbesondere betreffend Tabakprodukte und alkoholische Getränke. Im Kanton Bern gilt grundsätzlich ein Werbeverbot für Tabak und alkoholische Getränke auf öffentlichem Grund und auf von diesem einsehbarer privater Grund sowie an und in öffentlichen Gebäuden.¹⁷ Ausnahmen vom Verbot gelten unter anderem für Anschriften und Schilder von Betrieben. Dabei ist jedoch zu beachten, dass bei der Plakatwerbung in der Regel der Plakatträger baubewilligt wird. Bewilligungspflichtig sind somit die Reklamestellen und nicht die dort periodisch neu gezeigten Plakate. Nur wenn bereits im Zeitpunkt der Bewilligung eines Reklamevorhabens erkennbar ist, dass es gegen inhaltliche Verbote des eidgenössischen oder kantonalen Rechts verstösst, ist es nicht zu bewilligen.

¹⁵ Kantonales Energiegesetz vom 15. Mai 2011 (KEnG; BSG 741.1)

¹⁶ Bundesgesetz vom 13. Dezember 2002 über die Beseitigung von Benachteiligungen von Menschen mit Behinderungen (Behindertengleichstellungsgesetz, BehiG; SR 151.3)

¹⁷ Art. 15 Abs. 1 des Gesetzes vom 4. November 1992 über Handel und Gewerbe (HGG; BSG 930.1)

9. Widerrechtliche Reklamen

Die Baupolizei ist Sache der zuständigen Gemeindebehörde. Wird ein baubewilligungspflichtiges Reklamevorhaben ohne Baubewilligung oder in Überschreitung einer Baubewilligung ausgeführt oder werden bei der Ausführung eines bewilligten Vorhabens Vorschriften missachtet, so leitet die zuständige Baupolizeibehörde ein Wiederherstellungsverfahren ein und verfügt baupolizeiliche Massnahmen (Art. 46 BauG).

Auch im Bereich der Kantonsstrassen und der Nationalstrassen 3. Klasse ist in erster Linie die Gemeinde als Baupolizeibehörde zuständig für den Erlass von Wiederherstellungsverfügungen bei rechtswidrigen Reklamen. Bei Kantonsstrassen kann aber auch das TBA eine Wiederherstellungsverfügung erlassen (Art. 87 und 93 SG, Art. 12 Bst. d OrV BVD¹⁸). Die Kantonspolizei greift im Bereich der Reklamen nur im Rahmen ihres subsidiären Grundauftrags ein (Art. 5 PolG¹⁹ i. V. m. Art. 87 und 88 SG, sowie Art. 8 Abs. 1 Bst. a OrV SID²⁰).

Auch gegen baubewilligungsfreie Reklamen, welche die öffentliche Ordnung stören, sind in erster Linie durch die Baupolizei der Gemeinde die erforderlichen baupolizeilichen Massnahmen anzurufen (vgl. Art. 45 Abs. 2 Bst. c BauG). Dies insbesondere im Interesse der Verkehrssicherheit sowie des Ortsbild-, Landschafts- oder Umweltschutzes (Art. 1b Abs. 3 BauG).

Ist die Gefahrenlage, welche eine widerrechtliche Reklame verursacht, so gross, dass sofort gehandelt werden muss (was hauptsächlich im Bereich der Verkehrssicherheit der Fall sein kann), so kann die Behörde die Reklame umgehend beseitigen (antizierte, d. h. vorweggenommene Ersatzvornahme). Beispiel: Eine Reklame verdeckt die Sicht auf wartende Fussgänger bei einem Fussgängerstreifen vollständig. Auf Gesuch hin muss die bereits vollzogene Ersatzvornahme nachträglich verfügt werden.

Besteht eine Gefahrenlage, die ein rasches, aber nicht sofortiges Handeln erfordert, besteht die Möglichkeit, eine Wiederherstellungsverfügung zu erlassen und einer Beschwerde die aufschiebende Wirkung zu entziehen. Damit wird sie sofort vollstreckbar (Art. 68 i. V. m. Art. 114 VRPG²¹).

Anhang 1: Einzuholende Fach- und Amtsberichte bzw. weitere Verfügungen

Fachberichte

Die Baubewilligungsbehörde hat die zuständigen kantonalen Fachstellen zu konsultieren, wenn gegen ein Reklamevorhaben Bedenken oder Einwände bestehen, die nicht offensichtlich unbegründet sind (Art. 22 BewD); wo leistungsfähige örtliche Fachstellen bestehen, können diese konsultiert werden.

Dies betrifft unter anderem Einwände und Bedenken

- zur **Verkehrssicherheit**
→ Fachbericht des Tiefbauamts (zuständiger Oberingenieurkreis)
- zum **Orts- und Landschaftsbild**
→ Fachbericht der kantonalen Kommission zur Pflege der Orts- und Landschaftsbilder (OLK) oder einer leistungsfähigen örtlichen Fachstelle

¹⁸ Verordnung vom 18. Oktober 1995 über die Organisation und die Aufgaben der Bau- und Verkehrsdirektion (OrV BVD; BSG 152.221.191)

¹⁹ Polizeigesetz vom 8. Juni 1997 (PolG; BSG 551.1)

²⁰ Verordnung vom 18. Oktober 1995 über die Organisation und die Aufgaben der Sicherheitsdirektion (Organisationsverordnung SID; OrV SID; BSG 152.221.141)

²¹ Gesetz vom 23. Mai 1989 über die Verwaltungsrechtspflege (VRPG; BSG 155.21)

- zum **Denkmalschutz**
→ Fachbericht der Kantonalen Denkmalpflege (KDP)

Amtsberichte bzw. weitere Verfügungen

Bei Verfahren, die dem KoG unterstehen, hat die Leitbehörde bei den zuständigen Stellen in der Regel Amtsberichte einzuholen. Bei Verfahren, die nicht dem KoG unterstehen, hat die Baubewilligungsbehörde bei den zuständigen Stellen die entsprechenden Verfügungen einzuholen und dann gemeinsam zu eröffnen.

- Reklamevorhaben ausserhalb der Bauzone

Prüfung der Zonenkonformität durch das Amt für Gemeinden und Raumordnung (AGR). Die Zonenkonformität wird – auch in KoG-Verfahren – mittels Verfügung festgestellt.

Bei der Ausnahmebewilligung für nicht Zonenkonformes in der Landwirtschaftszone verfügt in jedem Fall – auch bei KoG-Verfahren – das Amt für Gemeinden und Raumordnung (AGR). Es gibt hier also keinen Amtsbericht. Die Baubewilligungsbehörde (bei KoG-Verfahren die Leitbehörde) eröffnet die Verfügungen gemeinsam (vgl. Art. 9 Abs. 2 Bst. b und Art. 9 Abs. 3 KoG).

- Innerhalb des Strassenabstands

- bei Gemeinestrassen: Ausnahmebewilligung der Gemeinde
- bei Kantonsstrassen: Ausnahmebewilligung des zuständigen Oberingenieurkreises
- bei Nationalstrassen: Stellungnahme des ASTRA

- Reklamevorhaben im Bereich von Nationalstrassen 1. und 2. Klasse auf dem Grundeigentum des Bundes

Die Bewilligung erfolgt durch das Bundesamt für Strassen (ASTRA)

- Reklamevorhaben innerhalb der Baulinien von Nationalstrassen 3. Klasse

Zustimmung des Bundesamts für Strassen (ASTRA)

- Reklamevorhaben auf öffentlichem Grund

Zustimmung des jeweiligen Gemeinwesens, Sondernutzungskonzession oder Bewilligung für gesteigerten Gemeingebräuch

- Reklamevorhaben im Gewässerraum

Wasserbaupolizeibewilligung des zuständigen Oberingenieurkreises und Ausnahmebewilligung nach Art. 41c Abs. 1 GSchV

- Reklamevorhaben in einer Uferschutzzone gemäss SFG

Ausnahmebewilligung des Amts für Gemeinden und Raumordnung (AGR)

- Unterschreiten des Waldabstands bzw. Reklamevorhaben im Wald

Ausnahmebewilligung bzw. Rodungsbewilligung des Amts für Wald und Naturgefahren (AWN), Waldabteilung

Anhang 2: Checkliste Wahl- und Abstimmungsplakate

Baubewilligung

Auch Wahl- und Abstimmungsplakate benötigen grundsätzlich eine Baubewilligung.

Ausnahmen: Wahl- und Abstimmungsplakate innerorts während höchstens sechs Wochen vor und bis fünf Tage nach den Wahlen bzw. Abstimmungen. Der Bereich «innerorts» beginnt beim Signal «Ortsbeginn auf Hauptstrassen» oder «Ortsbeginn auf Nebenstrassen» (blaue und weisse Ortsschilder).

Baubewilligungsfrei heisst nicht rechtsfrei oder bewilligungsfrei nach anderen Gesetzen. So sind vor allem die Vorschriften betreffend Strassenabstand, Verkehrssicherheit und Ortbildschutz einzuhalten.

Die wichtigsten Anforderungen an Wahl- und Abstimmungsplakate:

1. Verkehrssicherheit nicht gefährden!

In jedem Fall unzulässig sind Plakate

- im Lichtraumprofil (0,5 m seitlich, 4,5 m über der Fahrbahn, 2,5 m über Gehwegen),
- auf und über der Fahrbahn,
- in signalisierten Tunneln,
- in Unterführungen ohne Trottoir,
- wenn sie Strassensignale oder wegweisende Elemente wie beispielsweise Richtungspfeile oder Distanzangaben enthalten,
- an Strassensignalen oder in ihrer unmittelbaren Umgebung (gemäss Praxis des Tiefbauamts in einem Bereich von etwa 20 m),
- im Bereich von Autobahnen und Autostrassen inklusive Zufahrten.

Untersagt sind Wahl- und Abstimmungsplakate weiter

- in Sichtfeldern von Ausfahrten. Gemäss Norm VSS 40 273a: 3 m ab Fahrbahnrand auf eine Länge von 70 m (bei Zufahrtsgeschwindigkeit 50 km/h) auf die jeweilige Fahrspurmitte und 3 m ab Hinterkante Gehweg abhängig von der Längsneigung auf eine Länge von 15 m (bei $\leq 3\%$) bis 50 m (bei 8 %) auf die Gehwegmitte,
- in der Nähe von Fussgängerstreifen (gemäss Norm VSS 40 241 20 m vor und nach Fussgängerstreifen),
- in der Nähe von Strassensignalen, insbesondere z. B. Geschwindigkeitsbeschränkungen, Gefahrensignale, Vortrittssignale, Verbote, Wegweisungen etc.,
- im Bereich von Kreuzungen, Kreiseln und Verzweigungen,
- im Bereich von Bahnübergängen, Engnissen, Fahrspurwechseln, engen Kurven etc.,
- an Kandelabern des Kantons,
- in dichter Folge oder in grosser Anhäufung,
- auf Gehwegen, sofern sie Fussgänger behindern könnten,
- wenn diese flackern, flimmern oder sonst speziell auffallen und ablenken,
- überall dort, wo erhöhte Aufmerksamkeit auf die Strasse und den Verkehr angezeigt ist und wo sie durch Ablenkung die Verkehrssicherheit gefährden könnten.

Wahl- und Abstimmungsplakate an Kandelabern sind problematisch, da sie die Verkehrssicherheit gefährden und meist im Bereich des Lichtraumprofils sind. Sie befinden sich zudem meist im Strassenabstand und benötigen daher eine Ausnahmebewilligung für die Unterschreitung des Strassenabstands. Schliesslich ist für die Anbringung von Plakaten an Kandelabern die Zustimmung des Strasseneigentümers erforderlich. Im Bereich von Kantonstrassen erteilt das Tiefbauamt keine Zustimmung für Reklamen an Kandelabern des Kantons.

2. Strassenabstände

Gemäss Art. 58 Strassenverordnung sind folgende Abstände zum Fahrbahnrand einzuhalten:

- Quer zur Strasse: 3 Meter
- Parallel zur Strasse: 1 Meter

Sämtliche Wahl- und Abstimmungsplakate, d. h. auch baubewilligungsfreie, die diese gesetzlichen Strassenabstände unterschreiten, benötigen eine Ausnahmebewilligung des Tiefbauamts (Kantonsstrassen) oder der Gemeinde (Gemeindestrassen).

3. Ausserhalb der Bauzone

Ausnahmebewilligungen nach Art. 24 RPG für zeitlich befristete Wahl- und Abstimmungsplakate ausserorts können wegen der fehlenden Standortgebundenheit in aller Regel nicht erteilt werden. Werden solche Plakate innerorts, aber ausserhalb der Bauzone aufgestellt, sind sie nur baubewilligungspflichtig, wenn sie den Raum äusserlich erheblich verändern. In der Regel wird dies zu verneinen sein, da durch temporäre Wahl- und Abstimmungsplakate der Raum nur für kurze Zeit verändert wird.

Vorgehen bei Nichteinhaltung der Anforderungen

Verantwortlich für die Einhaltung der Vorschriften sind primär die Standortgemeinden im Rahmen ihrer Aufgabe als Baupolizeibehörde. Bei Gefahr für die Verkehrssicherheit auf Kantonsstrassen oder im Rahmen der Aufsichtspflicht gemäss Art. 89 SG können auch das kantonale Tiefbauamt oder die Kantonspolizei direkt handeln.

Das **Hauptkriterium** ist die **Verkehrsgefährdung**. Es sind aber auch andere Aspekte wie Strassenabstand, Ortsbildschutz, rechtsgleiche Behandlung oder negative Präzedenzfälle zu bedenken.

- Bei grosser Gefahr für die Verkehrssicherheit ist sofortiges Handeln unerlässlich, d. h. das Wahlplakat ist umgehend und ohne weitere Ankündigung zu entfernen oder verschieben. Beispiel: Ein Wahlplakat verdeckt die Sicht auf eine viel befahrene Strasse; in diesem Fall verstellt die Gemeinde das Plakat direkt oder räumt es allenfalls ab.
- Bei erheblicher Gefahr für die Verkehrssicherheit ist rasches Handeln angezeigt. Da die Plakatsteller oft nicht rasch ermittelt und ermahnt werden können, ist ein direktes Handeln durch die Gemeinde zu empfehlen (siehe oben). Beispiele: Plakate stehen im Bereich von Fussgängerstreifen, Kreiseln oder Geschwindigkeitssignalen bei Ortseingängen.
- Bei geringer Gefahr, sorgt die Gemeinde mittels Wiederherstellungsverfügung oder Mitteilung dafür, dass der rechtmässige Zustand innert angemessener Frist hergestellt wird.

4. Kontaktadressen

Kontaktadressen bei Fragen zur Baubewilligungspflicht:

Amt für Gemeinden und Raumordnung
Abteilung Bauen
Nydeggasse 11/13
3011 Bern
Tel. 031 633 77 70

Kontaktadressen bei Fragen zur Verkehrssicherheit an Kantonsstrassen:

Zuständiger Oberingenieurkreis gemäss <https://www.bvd.be.ch/de/start/ueber-uns/tiefbauamt/kontakte-tiefbauamt-kontaktformular.html>

Kontaktadressen der ASTRA-Filialen (Baupolizei):

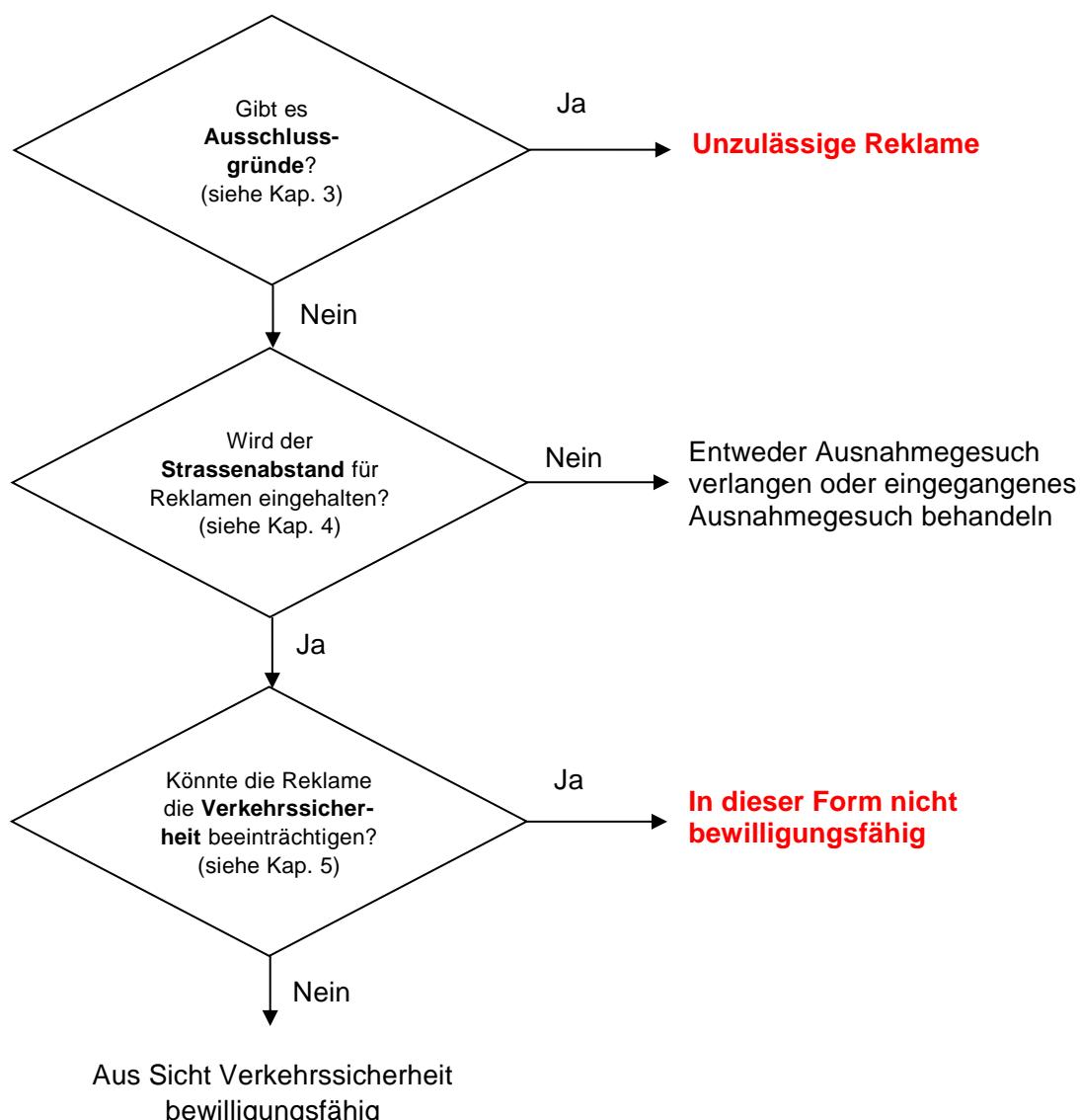
ASTRA Thun	OFROU Estavayer	ASTRA Zofingen
Tel. 033 228 24 85	Tel. 026 664 87 15	Tel. 062 745 75 31

Anhang 3: Checkliste Verkehrssicherheit bei Straßenreklamen

1. Einleitung

Die Checkliste dient der systematischen Beurteilung der verkehrsrelevanten Aspekte, insbesondere der Verkehrssicherheit.

2. Übersicht Vorgehen

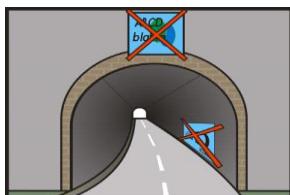


3. Ausschlussgründe

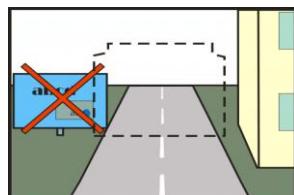
Unabhängig vom Bewilligungsverfahren, von der Grösse, vom Strassenabstand oder vom Standort sind folgende Reklamen unzulässig:

- **Im Lichtraumprofil der Fahrbahn**
(Art. 96 Abs. 2 Bst. a SSV/Art. 83 SG)
- **Auf Strassen, Radwegen und Gehwegen**
(Art. 96 Abs. 2 Bst. b SSV sowie Art. 58 Abs. 2 SV);
Z. B. aufgemalt auf der Fahrbahn; Ausnahme Fussgängerzonen.
- In signalisierten **Tunneln oder Unterführungen** ohne Trottoir
(Art. 96 Abs. 2 Bst. c SSV)
- Reklamen **mit Signalen oder wegweisenden Elementen**
(Art. 96 Abs. 2 Bst. d SSV)
Hierzu gehören insbesondere Richtungspfeile, Distanzangaben, Parkplatzsignale, Symbole der Strassensignalisation.
- **An Strassensignalen oder in ihrer unmittelbaren Umgebung**
(Art. 97 Abs. 1 SSV)
Beachte die Ausnahmen in SSV Art. 97 Abs. 2.
- **Touristische Signalisationen**
Strassenreklamen, welche touristische Hinweise, Symbole, Aufschriften, wie z. B. «Willkommen» oder «Auf Wiedersehen» etc. beinhalten oder in Bezug auf Inhalt, Gestaltung und Aussehen einer touristischen Signalisation ähnlich sind, dürfen nicht als Reklame bewilligt werden. Sie müssen als Touristische Signalisation behandelt werden und die Anforderungen der Weisung «Touristische Signalisation» erfüllen.
- **Im Bereich von Autobahnen und Autostrassen**
(Art. 98 Abs. 1 SSV)
Ausnahmen siehe Art. 98 Abs. 2 und 3 SSV. «Im Bereich» heisst im Sichtbereich des Verkehrsteilnehmers, wenn er sich auf das Verkehrsgeschehen vor sich konzentriert.
- **Auf Mittelstreifen und Mittelinseln von Kantonsstrassen**
- **An Kantonsstrassen im Bereich von Kreuzungen, Kreiseln und Einmündungen**
- **An Kandelabern von Kantonsstrassen**

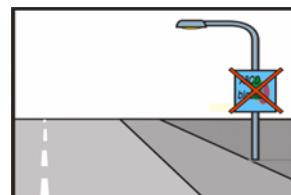
Beispiele



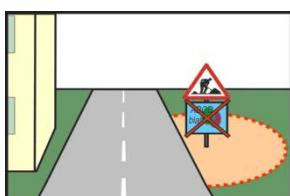
Bei signalisierten Tunneln und in Unterführungen ohne Gehweg



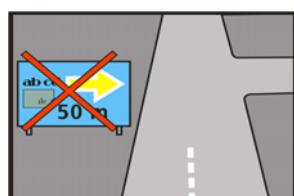
Im Lichtraumprofil



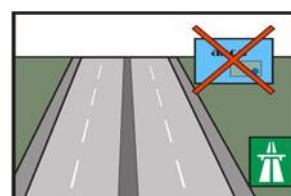
An Kandelabern



An Signalen oder in ihrer unmittelbaren Umgebung



Mit wegweisenden Elementen und Symbolen der Strassensignalisation



Im Bereich von Autobahnen und Autostrassen

4. Straßenabstand

Unabhängig von allen anderen Fragen, haben Straßenreklamen folgende Abstände vom Fahrbahnrand einzuhalten (Art. 58 SV):

Parallel zu Strasse gestellt mindestens **1,0 m**

In anderem Winkel (z. B. quer zur Strasse) mindestens **3,0 m**

Ausnahmen von den genannten Abständen (Unterschreitungen) sind nur möglich, wenn der Bauherr ein genügendes Interesse nachweist und dadurch weder öffentliche noch wesentliche nachbarliche Interessen beeinträchtigt werden. Ausnahmen müssen beantragt und begründet sein. Sie erfordern in jedem Fall – d. h. unabhängig von der Frage der Bewilligung – eine Ausnahmebewilligung der zuständigen Straßenaufsichtsbehörde (Art 81 SG in Verbindung mit Art. 28 BauG).

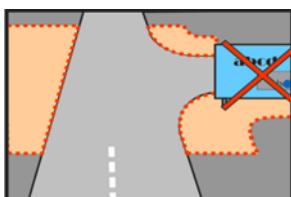
5. Verkehrssicherheit

5.1 Besondere Gefährdung nach Art. 96 Abs. 1 SSV

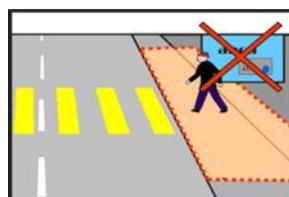
Unabhängig vom Bewilligungsverfahren, Grösse oder Standort sind Reklamen inner- und ausserorts unzulässig, welche die Verkehrssicherheit beeinträchtigen könnten, namentlich, wenn sie:

- das Erkennen anderer Verkehrsteilnehmender erschweren, wie im näheren Bereich von Fussgängerstreifen, Verzweigungen oder Ausfahrten (z. B. Sicht in Knoten!);**
- die Berechtigten auf den für Fussgänger bestimmten Verkehrsflächen behindern oder gefährden;**
- mit Signalen oder Markierungen verwechselt werden können; oder**
- die Wirkung von Signalen oder Markierungen herabsetzen.**

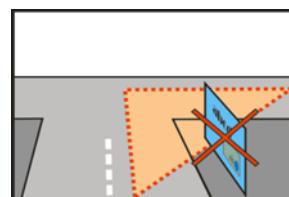
Beispiele



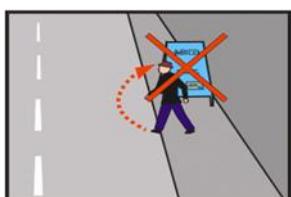
In Sichtfeldern von Ausfahrten
(Norm VSS 40 273a)



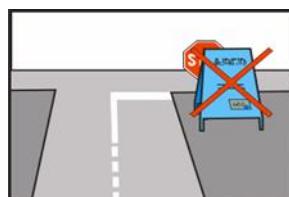
Näher als 20 m vor und nach Fussgängerstreifen (Norm VSS 40 241)



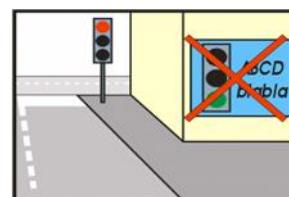
In Sichtzonen von Verzweigungen
(Norm VSS 40 273a)



Behinderung auf Gehweg/
Verkehrsflächen



Wenn sie die Wirkung von Signalen
herabsetzen



Wenn sie mit Signalen oder Markierungen
verwechselt werden können

5.2 Gefährdung durch Ablenkung nach Art. 6 SVG

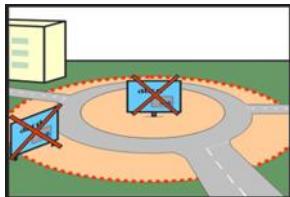
Reklamen und andere Ankündigungen sind untersagt, die namentlich **durch Ablenkung** die Verkehrssicherheit gefährden könnten (Art. 6 Abs. 1 SVG). Die Beurteilung ist subjektiv. Die folgenden Kriterien dienen als Checkliste. Es empfiehlt sich ein Augenschein aus der Sicht eines Straßenbenutzers. Zum Schluss der Kriterien ist der Schwerpunkt zu bilden und eine Gesamtbeurteilung vorzunehmen.

Kriterien	Könnte die Verkehrssicherheit gefährdet sein?			
	ja	eher ja	eher nein	nein
Strasse				
<ul style="list-style-type: none"> - Hohe Geschwindigkeiten erfordern mehr Aufmerksamkeit als tiefe. - Viel Verkehr (hoher DTV) erfordert mehr Aufmerksamkeit als wenig Verkehr. - Überholen erlaubt erfordert mehr Aufmerksamkeit als Überholverbot. - Enge Strassen oder Verengungen erfordern mehr Aufmerksamkeit als breite. - Starke Steigungen erfordern mehr Aufmerksamkeit als geringe. - Kurven erfordern mehr Aufmerksamkeit als gerade Strecken. - Strassen ohne Gehweg und Velospur, aber mit erheblichem Fuss- oder Veloverkehr, erfordern mehr Aufmerksamkeit (z. B. Schulwege, Wander- und Velorouten, Siedlungen ohne Gehweg, ausserorts etc.). 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Knoten				
<ul style="list-style-type: none"> - Kreisel erfordern sehr hohe Aufmerksamkeit auf den Verkehr. Reklamen im Zentrum sind generell abzulehnen, Reklamen an der Peripherie (am Kreiselrand) in der Regel. - Kreuzungen, Verzweigungen, Einmündungen erfordern ebenfalls hohe Aufmerksamkeit. Wie sind Übersichtlichkeit und Vortrittsregelung? Reklamen sind in der Regel abzulehnen. - Bei Lichtsignalanlagen ist die Ausrichtung massgebend. 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Distanz zur Strasse				
<ul style="list-style-type: none"> - Je näher an der Strasse, desto grösser ist i. d. R. der Ablenkungseffekt. 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grösse				
<ul style="list-style-type: none"> - Je grösser die Reklame, desto grösser der Ablenkungseffekt. Freistehende Reklamen über ca. 10 m² lenken i. d. R. stark ab. 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausrichtung				
<ul style="list-style-type: none"> - Reklamen längs zur Strasse lenken weniger ab als solche quer oder schräg zur Strasse mit Ausrichtung direkt auf den fahrenden Verkehr 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Standort im Detail				
<ul style="list-style-type: none"> - Freistehende Reklamen lenken i. d. R. mehr ab als Reklamen an Gebäuden. - Reklamen über der Fahrbahn bilden i. d. R. eine grosse Ablenkung und sind nicht zu bewilligen. - Reklamen, welche die Aufmerksamkeit eindeutig von der gewünschten Richtung wegziehen, sind ablenkend. 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

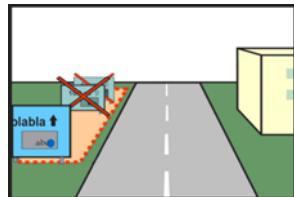
Kriterien	Könnte die Verkehrssicherheit gefährdet sein?	ja	eher ja	eher nein	nein
Situationen mit erhöhter Aufmerksamkeit	<ul style="list-style-type: none"> - Fussgängerstreifen: Mindestens 20 m vor und 20 m nach einem Fussgängerstreifen sind Reklamen i. d. R. nicht zu bewilligen. - Bei Ortseingängen sind Reklamen i. d. R. nicht zu bewilligen. - In der Nähe von Vorschriften- und Vortrittssignalen sowie anderen Signalen mit Vorschriftscharakter sind Reklamen nur mit grösserem Abstand zu diesen zu bewilligen (z. B. Geschwindigkeitssignale, Fahrverbote, Einbahn etc.). - In engen oder unübersichtlichen Kurven oder frontal in einer engen Kurve sind Reklamen i. d. R. nicht zu bewilligen. - In der Nähe von Bahnübergängen, Tram- und Busspuren ist Zurückhaltung mit Bewilligungen zu üben. - Bei unübersichtlichen Kuppen, Verengungen der Strasse, Engpassen oder bei erhöhter Absturzgefahr sind Reklamen nur in Ausnahmefällen zu bewilligen. - In Begegnungszonen und bei mehreren Fahrspuren ist ebenso Vorsicht geboten und Zurückhaltung zu üben. 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spezialeffekte	<ul style="list-style-type: none"> - Reklamen mit beweglichen Bildern oder Wechselangaben, Lichtbeamern oder Projektionen lenken sehr stark ab (z. B. Prismenwechsel, Lamellenwechsler, Bandwandler; elektronische Leuchtwand mit Faseroptik, z. B. Tankstellenangaben etc.). Ein Wechsel pro Tag ist unproblematisch. Was häufiger ändert, muss einer strengen Prüfung im Einzelfall unterzogen werden. - Bildwechsel: Im Nahbereich von Querungen und Verflechtungen mit/von Fuss- und Veloverkehr sind nur statische Werbemittel zulässig; bei MIV und Veloverkehr im Mischverkehr können unter Voraussetzung genügender Fahrbahnabmessungen im Wechsel statische Einzelbilder mit minimalen Standzeiten von > 25 Sek. zulässig sein; bei dem MIV vorbehaltenen Verkehrsflächen (ausser Autobahnen/Hochleistungsstrassen) sind Standbildzeiten bis minimal 15 Sek. zulässig, wenn keine anderen Kriterien negativ tangiert werden. - Animationen und Filme: Die Wiedergabe von Filmen ist im Verkehrsraum ausgeschlossen. Unaufgeregte Animationen bei Bildwechseln sind zulässig aber auf ein Minimum zu Beschränken. So erfolgt bspw. ein Bildwechsel zwischen zwei Standbildern in der Regel über einen schwarzen Bildschirm. - Reklamen, die retroreflektierend, fluoreszierend oder lumineszierend sind, die blenden, blinken oder durch andere wechselnde Lichteffekte wirken, lenken sehr stark ab und sind i. d. R. abzulehnen. Ebenso Reklamen, die durch irgendwelche speziellen Effekte besonders auffallen. - Einzelreklamen oder Reklamengruppen (z. B. Fahnen), die insgesamt eine richtungsweisende Wirkung haben, sind abzulehnen. 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Reklamen, die schallen, tönen oder sonst wie durch absichtlich erzeugte Geräusche und Töne ablenken.				
Summierung von Ablenkungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Besteht eine dichte Folge oder grosse Anhäufung von Reklamen?				
- Ergibt die optische Summierung eine problematische Fläche?				
- Bestehen insgesamt bereits viele ablenkende Objekte im Blickfeld?				
Schwerpunktbildung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

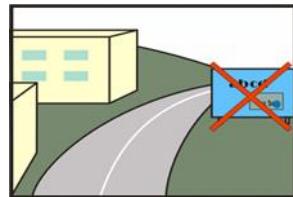
Beispiele



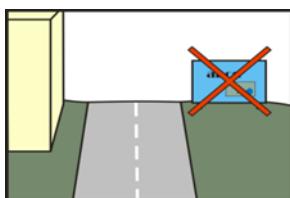
In und an Kreiseln



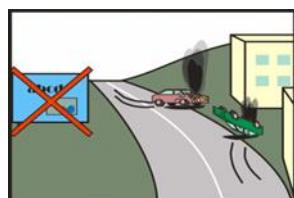
In dichter Folge



In Sichtzonen von Kurveninnenseiten



Im Bereich von Kuppen



Bei Unfallschwerpunkten



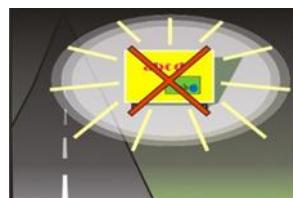
Über der Fahrbahn



Beleuchtete Reklamen in dunklen Zonen



Bewegte oder projizierte Reklamen



Retroreflektierende, fluoreszierende, lumineszierende, blendende, blinkende oder durch wechselnde Lichteffekte wirkende Reklamen