

Rechtsamt  
Reiterstrasse 11  
3011 Bern

Amt für Gemeinden  
und Raumordnung  
Nydeggasse 11/13  
3011 Bern

Kantonspolizei  
Waisenhausplatz 32  
Postfach 7571  
3001 Bern

17. März 2014

Tiefbauamt des  
Kantons Bern  
Reiterstrasse 11  
3011 Bern

**Fragen zur Bau-  
bewilligungspflicht:  
Tel. 031 633 77 70  
Fax 031 633 77 31  
oder zuständiges Regie-  
rungsstatthalteramt**

**Geht an:**

- Einwohner- und gemischte Ge-  
meinden
- Regierungsstatthalterämter
- Diverse Abonnenten

---

## Information

### Reklamen

Diese Information ersetzt die bisherige Information Reklame (BSIG Nr. 7/722.51/1.1) und die Information Strassenreklame – Wahlplakate (BSIG Nr. 7/725.1/5.1) sowie die frühere Weisung Wahlplakate (ehemals BSIG Nr. 7/722.51/3.1).

### Inhaltsübersicht:

1	Rechtliche Grundlagen.....	1
2	Begriffe.....	2
3	Baubewilligungspflichtige Reklamen.....	3
4	Baubewilligungsfreie Reklamen.....	3
5	Weitere allenfalls notwendige Bewilligungen .....	5
6	Verfahren und Zuständigkeit.....	6
7	Materielle Prüfung von Reklamevorhaben.....	7
	7.1 Verkehrssicherheit.....	7
	7.2 Abstandsvorschriften .....	8
	7.3 Ortsbildschutz.....	9
	7.4 Denkmalschutz.....	9
	7.5 Kommunale Reklamevorschriften.....	9
	7.6 Beleuchtete und leuchtende Reklamen und andere Lichteffekte .....	10
	7.7 Hindernisfreiheit .....	10
	7.8 In der Regel keine Inhaltskontrolle.....	11
8	Widerrechtliche Reklamen .....	11
9	<b>Anhänge</b>	
	Anhang 1: Fach- und Amtsberichte.....	13
	Anhang 2: Wahl- und Abstimmungsplakate .....	14
	Anhang 3: Checkliste Verkehrssicherheit bei Strassenreklame .....	16

## 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. 23 f. des Bundesgesetzes vom 8. März 1960 über die Nationalstrassen (NSG; SR 725.11)
- Baugesetz vom 9. Juni 1985 (BauG; BSG 721.0), insbesondere 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
- 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

Die bundesrechtlichen Vorschriften im SVG und in der SSV 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 Ortsbildes. 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 BauG), bestimmt baubewilligungsfreie Strassenreklamen (Art. 6a BewD) und legt Strassenabstände fest (Art. 58 SV). Die Gemeinden dürfen zudem gegenüber Gemeindestrassen und Privatstrassen im Gemeingebrauch andere Abstände vorsehen sowie eigene Ästhetikvorschriften erlassen, die über die kantonalen Vorschriften des allgemeinen Ortsbild- und Landschaftsschutzes hinausgehen können.

## 2 Begriffe

### 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).

### 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.

### 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.

### Fremdreklame

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

### Temporäre Reklamen

Temporäre Reklamen informieren als zeitlich begrenzte Ankündigungen über Veranstaltungen. Wahl- und Abstimmungsplakate gelten als temporäre Reklamen.

### Wegweiser und Signale

Touristische Signalisationen<sup>1</sup>, Hotelwegweiser (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).

### Werbung an Fahrzeugen

Werbeaufschriften an Fahrzeugen sind grundsätzlich erlaubt, sie dürfen aber die Aufmerksamkeit anderer Strassenbenutzer nicht übermässig ablenken (Art. 69 f. VTS<sup>2</sup>). 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 BVE vom 29.10.2013, RA 120/2013/16).

### 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“.

<sup>1</sup> Siehe zum Thema „Touristische Signalisation“ die BSIG Nr. 7/732.11/6.1

<sup>2</sup> Verordnung vom 19. Juni 1995 über die technischen Anforderungen an Strassenfahrzeuge vom (SR 741.41)

### 3 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 Standortes. Dies ist im Einzelfall zu prüfen.

### 4 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 den Raum äusserlich erheblich verändert (z.B. eine sehr stark beleuchtete Reklame) oder das Bauvorhaben den geschützten Uferbereich, 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 Baudenkmals; 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 generell, d.h. 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 unter Ziffer 2 (Begriffe).

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.

#### **Wichtig: Baubewilligungsfreiheit bedeutet nicht Rechtsfreiheit**

Die Befreiung von der Baubewilligungspflicht entbindet nicht vom Einholen anderer Bewilligungen (Art. 1b Abs. 2 BauG, vgl. dazu auch Ziff. 5) 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 Naturschutzvorschriften. 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 Strassenabstandes einzuholen. Bei Nationalstrassen sind Reklamen innerhalb der Baulinien immer bewilligungspflichtig (Art. 23 Abs. 1 NSG).

Daher sind auch gegen baubewilligungsfreie Bauten und Anlagen, die die öffentliche Ordnung stören, die erforderlichen baupolizeilichen Massnahmen anzuordnen, bei Reklamen insbesondere im Interesse der Verkehrssicherheit und des Ortsbild- und Landschaftsschutzes (Art. 1b Abs. 3 BauG; vgl. dazu auch Ziff. 8). Bei stark beleuchteten Reklamen kann es allenfalls zu störenden Lichtimmissionen kommen (Art. 7 Abs. 1 und Art. 11 USG<sup>3</sup>).

**Baubewilligungsfreie Strassenreklamen** gemäss Art. 6a BewD sind:

- **Firmenanschriften** oder **Firmensignete** bis zu einer Fläche von insgesamt 1.2 m<sup>2</sup> pro Gebäudeseite, die flach an der Fassade angebracht oder unmittelbar vor der Fassade parallel dazu aufgestellt werden.

---

<sup>3</sup> Bundesgesetz vom 7. Oktober 1983 über den Umweltschutz (Umweltschutzgesetz, USG; SR 814.01)

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 Gebäudegrundrissen 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 **Firmenanschrift** 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 m<sup>2</sup> pro Gebäudeseite, die flach an der Fassade angebracht oder unmittelbar vor der Fassade parallel dazu aufgestellt werden. Diese Fläche ist zusätzlich zu jener für Firmenanschriften 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 Abs. 1 BauG, Art. 85 Abs. 1 BauV, Art. 88 Abs. 4 BauV).
- Werbeanlagen mit einer Fläche von insgesamt maximal 1.2 m<sup>2</sup> für den Verkauf oder für Dienstleistungen **auf landwirtschaftlichen Produktionsbetrieben**.
- Unternehmerreklamen sowie Vermietungs- und Verkaufsreklamen auf **Baugrundstücken** innerorts mit einer Fläche von insgesamt maximal 12 m<sup>2</sup>, 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).  
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 Lamentheater. Keine Veranstaltungen sind beispielsweise Rampen- oder Sonderverkäufe, etc. (vgl. den Entscheid der BVE 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 Ausnahmegewilligung nach Art. 24 RPG (siehe Ziff. 5).

- Ein Vorhaben von kleinerer oder geringerer Bedeutung als die Vorgenannten.

## 5 Weitere allenfalls notwendige Bewilligungen

### Reklamen ausserhalb der Bauzone

Fremdreklamen an Standorten ausserhalb der Bauzone sind nicht zonenkonform und benötigen eine Ausnahmegewilligung nach Art. 24 ff. RPG<sup>4</sup>.

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

Ausnahmegewilligungen 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 Ausnahmegewilligung nach Art. 24 RPG ist das Amt für Gemeinden und Raumordnung (AGR). Die Verfügung des AGR hat die Baubewilligungsbehörde zusammen mit dem Bau- bzw. Gesamtentscheid zu eröffnen.

### Strassenabstand bei Kantons- und Gemeindestrassen

Ausnahmen von den gesetzlichen Strassenabständen (vgl. dazu Ziff. 7.5) kann das zuständige Gemeinwesen bewilligen. Dies ist bei Gemeindestrassen die Gemeinde, bei Kantonsstrassen der zuständige Oberingenieurkreis.

### Nationalstrassen

Für die Bewilligung von Reklamen im Bereich von Nationalstrassen 1. und 2. Klasse<sup>5</sup>, d.h. solchen, die von grün signalisierten Strecken aus sichtbar sind, hat die Baubewilligungsbehörde vor Erteilung der Baubewilligung die Genehmigung des Bundesamtes für Strassen (ASTRA) einzuholen (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). Nicht zu den Nationalstrassen gehören die kantonalen Autobahnen und Autostrassen<sup>6</sup>; hier ist dementsprechend auch keine Genehmigung des ASTRA nötig.

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

Vgl. zu Reklamen im Bereich von Autobahnen und -strassen im Detail Ziff. 7.1; Auskünfte erfolgen durch die Baupolizei des ASTRA (siehe Seite 14)

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

<sup>5</sup> Vgl. Art. 2 und 3 NSG sowie den Bundesbeschluss vom 21. Juni 1960 über das Nationalstrassen-netz (SR 725.113.11)

<sup>6</sup> Vgl. Art. 2 und Anhang 1 Bst. A Ziff. 2 der Durchgangsstrassenverordnung vom 18. Dezember 1991 (SR 741.272)

### Reklamen auf öffentlichem Grund

Ist ein Reklamevorhaben auf öffentlichem Grund oder an Eigentum eines Gemeinwesens (z.B. Kandelaber) geplant, braucht es die Bewilligung des Gemeinwesens (Art. 68 und 70 SG; Art. 29 Abs. 1 NSV<sup>7</sup>).

### Wald

Reklamevorhaben im Wald, benötigen eine Ausnahmegewilligung für nichtforstliche Kleinbauten (vgl. Art. 4 und Art. 14 Abs. 2 WaV<sup>8</sup>).

Reklamevorhaben, die den massgebenden Waldabstand nicht einhalten, benötigen eine entsprechende Ausnahmegewilligung (Art. 26 KWaG<sup>9</sup> i.V.m. Art. 34 KWaV<sup>10</sup>). Zuständig für die Erteilung der Rodungsbewilligung bzw. der Ausnahmegewilligung für die Unterschreitung des Waldabstandes ist das kantonale Amt für Wald (KAWA).

### Gewässerraum und Uferbereich

Im Gewässerraum dürfen nur Bauten und Anlagen erstellt werden, die standortgebunden sind und im öffentlichen Interesse liegen (Art. 41c Abs. 1 GSchV<sup>11</sup>). Reklamen erfüllen diese Voraussetzungen nicht. In dicht überbauten Gebieten können Ausnahmen bewilligt werden, sofern keine überwiegenden Interessen entgegenstehen.

Falls eine Ausnahmegewilligung erteilt wird, ist zusätzlich eine Wasserbaupolizeibewilligung des kantonalen Tiefbauamts erforderlich (Art. 48 Abs. 1 i.V.m. Art. 4a WBG<sup>12</sup>). In Uferschutzzonen gemäss Art. 2 f. SFG<sup>13</sup> bedarf es zudem der Zustimmung des AGR (Art. 5 Abs. 3 SFG i.V.m. Art. 17 Abs. 2 und 3 SFV<sup>14</sup>). 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).

## 6 Verfahren und Zuständigkeit

### 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. Oft 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 und in Ortszentren ist die Bestimmung der Betroffenen häufig schwierig.

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 zu verwenden. Auch sind Fotos oder Fotomontagen mit dem eingezeichneten Reklamestandort einzureichen.

### 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 Regierungstatthalter bzw. die Regierungstatthalterin. 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; bei-

<sup>7</sup> Nationalstrassenverordnung des Bundesrates vom 7. November 2007 (NSV; SR 725.111)

<sup>8</sup> Verordnung vom 30. November 1992 über den Wald (Waldverordnung, WaV; SR 921.01)

<sup>9</sup> Kantonales Waldgesetz vom 5. Mai 1997 (KWaG, BSG 921.11)

<sup>10</sup> Kantonale Waldverordnung vom 29. Oktober 1997 (KWaV; BSG 921.111)

<sup>11</sup> Gewässerschutzverordnung vom 28. Oktober 1998 (GSchV; SR 814.201)

<sup>12</sup> Gesetz vom 14. Februar 1989 über Gewässerunterhalt und Wasserbau (Wasserbaugesetz, WBG; BSG 751.11)

<sup>13</sup> Gesetz vom 6. Juni 1982 über See- und Flussufer (See- und Flussufergesetz; SFG; BSG 704.1)

<sup>14</sup> See- und Flussuferverordnung vom 29. Juni 1983 (SFV; BSG 704.111)

spielsweise wenn ein Plakatierungsunternehmen auf einem Grundstück Plakatstellen errichten will, das im Eigentum der Gemeinde steht (vgl. Art. 8 Abs. 2 BewD).

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. Beispiel: Genehmigung des ASTRA.

### **Koordination**

Benötigt das Reklame-Vorhaben neben der Baubewilligung noch weitere Bewilligungen, so ist gemäss Art. 5 Abs. 1 KoG<sup>15</sup> 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).

## **7 Materielle Prüfung von Reklamevorhaben**

### **7.1 Verkehrssicherheit**

#### **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 Strassenbenützer, 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.

#### **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.

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.

#### **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

---

<sup>15</sup> Koordinationsgesetz vom 21. März 1994 (KoG; BSG 724.1)

- das Erkennen anderer Verkehrsteilnehmender erschweren, wie im näheren Bereich von Fussgängerstreifen, Verzweigungen oder Ausfahrten (Der Ordnungsgeber hat 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.

### **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. Vor Erteilung einer Baubewilligung für Strassenreklamen im Bereich der Nationalstrassen 1. und 2. Klasse ist die Genehmigung des ASTRA einzuholen (vgl. Ziff. 5, Abschnitt Nationalstrassen).

### **Checkliste zur Beurteilung der Verkehrssicherheit**

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



## 7.2 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 Strassenabstand beträgt 1 m für parallel zur Strassenachse aufgestellte Strassenreklamen. Werden die Strassenreklamen in einem anderen Winkel zur Strassenachse aufgestellt, so beträgt der Strassenabstand 3 m.

Die Gemeinden können für Gemeindestrassen und Privatstrassen im Gemeingebrauch 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 0.50 m freizuhalten; der Raum über der Fahrbahn und der lichten Breite ist bis auf eine Höhe von 4.50 m (zum Teil 5.50 m; bei Fuss-, Geh- und Radwegen in der Regel 2.50 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 Kantonsstrassen 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 diesen Fällen muss ausserdem die Zustimmung des Waldeigentümers vorliegen (Art. 34 Abs. 1 Bst. e KWaV). Die zuständige Waldabteilung des kantonalen Amtes für Wald (KAWA) 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 Zonengrenzen).

### Bemerkung zu den Ausnahmegewilligungen

Bei Reklamevorhaben handelt es sich meistens um „kleine und leicht entfernbarere Bauten“, für welche nach Art. 28 BauG die erleichterte Ausnahmegewilligung „auf Zusehen hin“ offen steht. Auch Art. 81 Abs. 2 SG verweist auf diese erleichterte Ausnahmegewilligung. Sie kann jederzeit entschädigungslos widerrufen werden, sobald sich aus ihr Nachteile für die Öffentlichkeit oder die Nachbarn ergeben. Die erleichterte Ausnahmegewilligung 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.

## 7.3 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 best-

henden Überbauung schafft, der erheblich stört. Die Gemeinden sind befugt, strengere und detailliertere Vorschriften zu erlassen.

Bestehen Bedenken betreffend Beeinträchtigung des Ortsbildes, 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).

#### 7.4 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 (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 Wertes 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, bezieht die Baubewilligungsbehörde in jedem Fall die kantonalen Fachstellen ein (Art. 10c BauG, Art. 22 Abs. 3 BewD und Art. 13 Abs. 3 BauV). Kantonale Fachstelle für Baudenkmäler ist die Kantonale Denkmalpflege (KDP).

#### 7.5 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 Ortsbildes. 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 blosser 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).

### 7.6 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 KEnG<sup>16</sup>).

### 7.7 Hindernisfreiheit

Das Behindertengleichstellungsgesetz des Bundes (BehiG)<sup>17</sup> 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 „öffentlich zugänglichen Bauten und Anlagen“.

Der bernische Gesetzgeber hat in Art. 22 und 23 BauG Bestimmungen zum hindernisfreien Bauen aufgestellt. Für alle Bauten und Anlagen gilt, dass sie nach Möglichkeit so zu gestalten sind, dass ihre Benützung auch den Behinderten offen steht (Art. 22 BauG). Nach Art. 85 Abs. 1 BauV<sup>18</sup> sind Bauten und Anlagen möglichst so zu gestalten, dass sie für ältere und behinderte Personen gut erreichbar und benutzbar sind und keine vermeidbaren Verletzungsgefahren schaffen. Im öffentlichen Verkehrsraum dürfen nach Art. 88 Abs. 4 BauV keine für Sehbehinderte gefährlichen Einrichtungen, wie scharfkantige Schaukästen (etc.), angebracht werden. Beispielsweise dürfen bei der Neugestaltung eines öffentlichen Platzes oder einer Haltestelle des öffentlichen Verkehrs auch die dort vorgesehenen 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.

### 7.8 In der Regel keine Inhaltskontrolle

Im Bundesrecht und im kantonalen Recht gibt es verschiedene Vorschriften zum Inhalt von Reklamen. Zum Beispiel ist jede Anpreisung alkoholischer Getränke untersagt, die sich speziell an Jugendliche unter 18 Jahren richtet.<sup>19</sup> Im Kanton Bern gilt grundsätzlich ein Werbeverbot für Tabak und alkoholische Getränke auf öffentlichem Grund und auf von diesem einsehbarem privaten Grund sowie an und in öffentlichen Gebäuden.<sup>20</sup> 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 Plakatstellen und nicht die dort periodisch neu angebrachten 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.

## 8 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).

<sup>16</sup> Kantonales Energiegesetz vom 15. Mai 2011 (KEnG; BSG 741.1)

<sup>17</sup> Bundesgesetz vom 13. Dezember 2002 über die Beseitigung von Benachteiligungen von Menschen mit Behinderungen (Behindertengleichstellungsgesetz, BehiG; SR 151.3)

<sup>18</sup> Bauverordnung vom 6. März 1985 (BauV; BSG 721.1)

<sup>19</sup> Art. 4 der Verordnung des EDI vom 23. November 2005 über alkoholische Getränke (SR 817.022.110)

<sup>20</sup> Art. 15 Abs. 1 des Gesetzes vom 4. November 1992 über Handel und Gewerbe (HGG; BSG 930.1)

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 BVE). Die Kantonspolizei greift im Bereich der Reklamen nur im Rahmen ihres subsidiären Grundauftrags ein (Art. 5 PolG<sup>21</sup> i.V.m. Art. 87 und 88 SG, sowie Art. 8 Abs. 1 Bst. a OrV POM<sup>22</sup>).

Auch gegen baubewilligungsfreie Reklamen, welche die öffentliche Ordnung stören, sind in erster Linie durch die Baupolizei der Gemeinde die erforderlichen baupolizeilichen Massnahmen anzuordnen. 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 (antizipierte, 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 VRPG<sup>23</sup>).

*Andrea Greiner*

Vorsteherin  
Rechtsamt BVE

*Stefan Studer*

Kantonsoberingenieur

*Daniel Wachter*

Vorsteher Amt für  
Gemeinden und Raumordnung

*Dr. iur. Stefan Blättler*

Kommandant Kantonspolizei

---

<sup>21</sup> Polizeigesetzes vom 8. Juni 1997 (PolG; BSG 551.1)

<sup>22</sup> Verordnung vom 18. Oktober 1995 über die Organisation und die Aufgaben der Polizei- und Militärdirektion (Organisationsverordnung POM; BSG 152.221.141)

<sup>23</sup> Gesetz vom 23. Mai 1989 über die Verwaltungsrechtspflege (VRPG; BSG 155.21)

## 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 Tiefbauamtes (zuständiger Oberingenieurkreis)
- zum **Orts- und Landschaftsbild**  
→ Fachbericht der kantonalen Kommission zur Pflege der Orts- und Landschaftsbilder (OLK)
- 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 Ausnahmegewilligung 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 Strassenabstandes**  
→ bei Gemeindestrassen: Ausnahmegewilligung der Gemeinde  
→ bei Kantonsstrassen: Ausnahmegewilligung des zuständigen Oberingenieurkreises  
→ bei Nationalstrassen: Stellungnahme des ASTRA
- **Reklamevorhaben im Bereich von Nationalstrassen 1. und 2. Klasse**  
Genehmigung des Bundesamtes für Strassen (ASTRA)
- **Reklamevorhaben innerhalb der Baulinien von Nationalstrassen 3. Klasse**  
Zustimmung des Bundesamtes für Strassen (ASTRA)
- **Reklamevorhaben auf öffentlichem Grund**  
Zustimmung des jeweiligen Gemeinwesens, Sondernutzungskonzession oder Bewilligung für gesteigerten Gemeindegebrauch
- **Reklamevorhaben im Gewässerraum**  
Wasserbaupolizeibewilligung des zuständigen Oberingenieurkreises und eventuell Ausnahmegewilligung nach Art. 41c Abs. 1 GSchV
- **Reklamevorhaben in einer Uferschutzzone gemäss SFG**  
Ausnahmegewilligung des Amtes für Gemeinden und Raumordnung (AGR)
- **Unterschreiten des Waldabstands bzw. Reklamevorhaben im Wald**  
Ausnahmegewilligung bzw. Rodungsbewilligung des Amtes für Wald (KAWA), 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 Ortsschutz einzuhalten.

### Die wichtigsten Anforderung 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 Tiefbauamtes in einem Bereich von etwa 20 m )
- im Bereich von Autobahnen und Autostrassen inklusive Zufahrten

Untersagt sind Wahlplakate weiter

- in Sichtfeldern von Ausfahrten (gemäss VSS-Norm 640 273a: 3m zurück auf eine Länge von 70 m),
- in der Nähe von Fussgängerstreifen (gemäss Praxis des Tiefbauamtes etwa 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.,
- auf Gehwegen, sofern sie Fussgänger behindern könnten,
- die 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 Lichtraumprofil sind. Sie befinden sich zudem meist im Strassenabstand und benötigen daher eine Ausnahmegewilligung für die Unterschreitung des Strassenabstandes. Schliesslich ist für die Anbringung von Plakaten auf Kandelabern die Zustimmung des Strasseneigentümers erforderlich. Im Bereich von Kantonsstrassen erteilt das Tiefbauamt keine Zustimmung für Reklamen an Kandelabern des Kantons.

#### 2. Wahl- und Abstimmungsplakate müssen folgende Strassenabstände einhalten:

- 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 Ausnahmegewilligung des Tiefbauamtes (Kantonsstrassen) oder der Gemeinde (Gemeindestrassen).

#### 3. Ausserhalb der Bauzone

Ausnahmegewilligungen 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.

tig, 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 **Verkehrsfährdung**. 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.

#### **Kontaktadressen bei Fragen zur Baubewilligungspflicht:**

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

#### **Kontaktadressen bei Fragen zur Verkehrssicherheit an Kantonsstrassen:**

Oberingenieurkreis I  
Schlossberg 20  
Postfach  
3601 Thun  
Tel. 033 / 225 10 60

Oberingenieurkreis II  
Schermenweg 11  
Postfach  
3001 Bern  
Tel. 031 / 634 23 40

Oberingenieurkreis III  
Kontrollstrasse 20  
Postfach  
2501 Biel  
Tel. 031 / 635 96 00

Oberingenieurkreis IV  
Dunantstrasse 13  
3400 Burgdorf  
Tel. 031 / 635 53 00

#### **ASTRA-Filialen (Baupolizei):**

ASTRA Thun  
Tel. 033 228 24 85

OFROU Estavayer  
Tel. 026 664 87 15

ASTRA Zofingen  
Tel. 062 745 75 31

### Anhang 3: Verkehrssicherheit bei Strassenreklamen

Tiefbauamt  
des Kantons Bern

Office des ponts et  
chaussées  
du canton de Berne

Bau-, Verkehrs-  
und Energiedirektion

Direction des travaux  
publics, des transports  
et de l'énergie

#### Checkliste

## Verkehrssicherheit bei Strassenreklamen

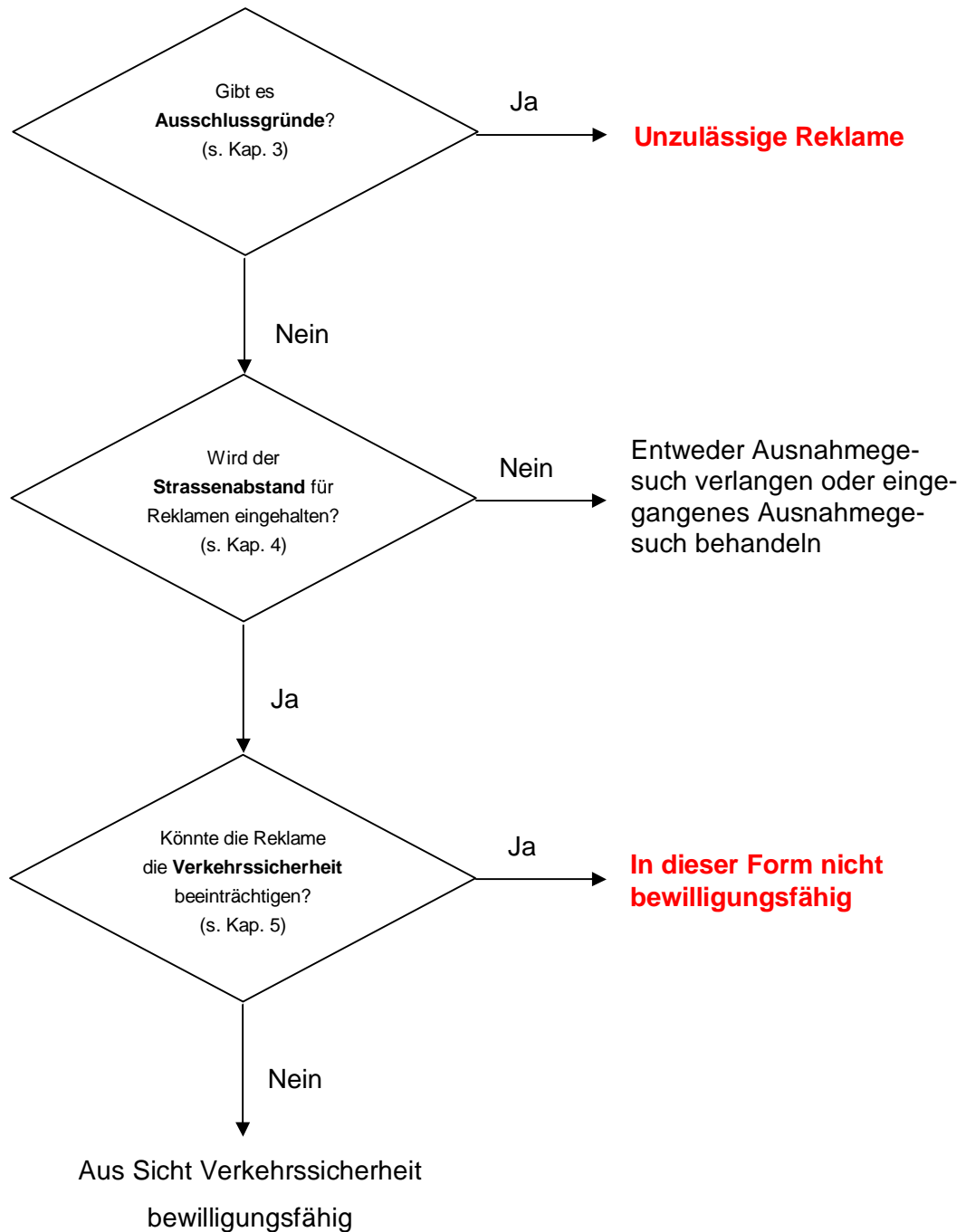




## 1 Einleitung

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

## 2 Übersicht Vorgehen

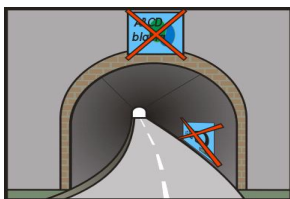


### 3 Ausschlussgründe

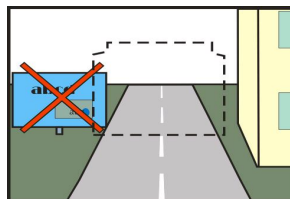
Unabhängig vom Bewilligungsverfahren, von der Grösse, vom Strassenabstand oder vom Standort sind folgende Reklamen unzulässig:

- **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 SSV. "Im Bereich" heisst im Sichtbereich des Verkehrsteilnehmers, wenn er sich auf das Verkehrsgeschehen vor sich konzentriert. Zuständig für die Beurteilung ist das ASTRA.*
- **Auf Mittelstreifen und Mittelinseln** von Kantonsstrassen
- **In Kreiselzentren** an Kantonsstrassen
- **An Kandelabern** von Kantonsstrassen

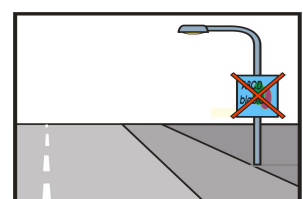
#### Beispiele



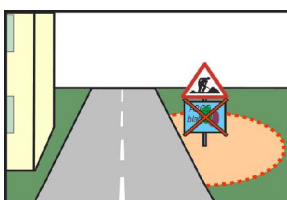
Bei signalisierten Tunneln und in Unterführungen ohne Gehweg



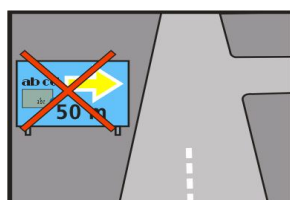
Im Lichtraumprofil



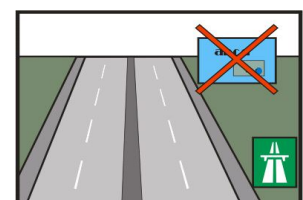
An Kandelabern



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 von der Fahrbahn einzuhalten (Art. 58 SV):

**Parallel zu Strasse** gestellt mindestens **1.00 m**

**In anderem Winkel** (z.B. quer zur Strasse) mindestens **3.00 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 Ausnahmegewilligung der zuständigen Strassenaufsichtsbehörde (Art 81 SG in Verbindung mit Art. 28 BauG).

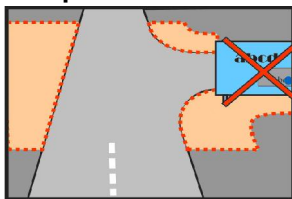
## 5 Verkehrssicherheit

### 5.1 Besondere Gefährdung nach Art. 96 Abs. 1 SSV

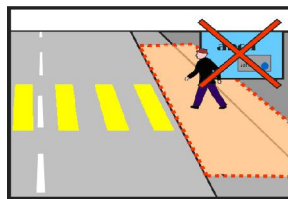
Unabhängig vom Bewilligungsverfahren, Grösse oder Standort sind Reklamen inner- und ausserorts unzulässig, welche die Verkehrssicherheit beeinträchtigen könnten, namentlich wenn sie:

- 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**.

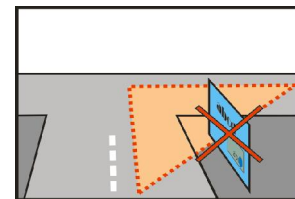
Beispiele:



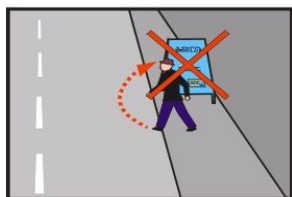
In Sichtfeldern von Ausfahrten (SN-Norm 640 273a)



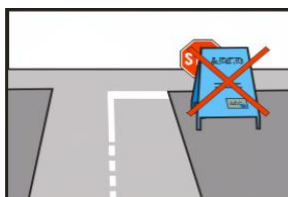
Im näheren Bereich von Fussgängerstreifen



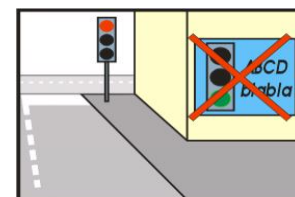
In Sichtzonen von Verzweigungen



Behinderung auf Gehweg/Verkehrsflächen



Wenn sie die Wirkung von Signalen herabsetzen



Wenn sie mit Signalen oder Markierungen verwechselt werden können

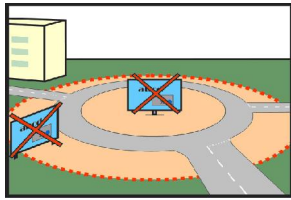
### 5.2 Gefährdung durch Ablenkung nach Art. 6 SVG

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 Strassenbenützers. Zum Schluss der Kriterien ist der Schwerpunkt zu bilden und eine Gesamtbeurteilung vorzunehmen.

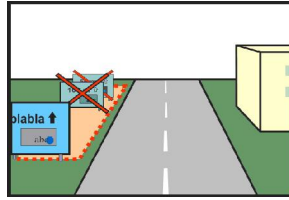
Kriterien	Könnte die Verkehrssicherheit gefährdet sein?	JA	Eher JA	Eher NEIN	NEIN
<p><b>Strasse</b>  <i>Hohe Geschwindigkeiten</i> erfordern mehr Aufmerksamkeit als tiefe.  <i>Viel Verkehr</i> (hoher DTV) erfordert mehr Aufmerksamkeit als wenig Verkehr.  <i>Überholen erlaubt</i> erfordert mehr Aufmerksamkeit als Überholverbot.  <i>Enge Strassen</i> oder <i>Verengungen</i> erfordern mehr Aufmerksamkeit als <i>breite</i>.  <i>Starke Steigungen</i> erfordern mehr Aufmerksamkeit als <i>geringe</i>.  <i>Kurven</i> erfordern mehr Aufmerksamkeit als <i>gerade Strecken</i>.  <i>Strassen ohne Gehweg und Velospur</i>, aber mit erheblichem Fuss- oder Veloverkehr, erfordern mehr Aufmerksamkeit (z. B. Schulwege, Wander- und Velorouten, Siedlungen ohne Gehweg, ausserorts, etc.).</p>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Knoten</b>  <i>Kreisel</i> erfordern sehr hohe Aufmerksamkeit auf den Verkehr. Reklamen im Zentrum sind generell abzulehnen, Reklamen an der Peripherie (am Kreiselland) in der Regel.  <i>Kreuzungen, Verzweigungen, Einmündungen</i> erfordern ebenfalls hohe Aufmerksamkeit. Wie sind Übersichtlichkeit und Vortrittsregelung? Reklamen sind in der Regel abzulehnen.  Bei <i>Lichtsignalanlagen</i> ist die Ausrichtung massgebend.</p>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Distanz zur Strasse</b>  Je näher an der Strasse, desto grösser ist i.d.R. der Ablenkungseffekt.</p>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Grösse</b>  Je grösser die Reklame, desto grösser der Ablenkungseffekt. Freistehende Reklamen über ca. 10 m<sup>2</sup> lenken i.d.R. stark ab.</p>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Ausrichtung</b>  Reklamen längs zur Strasse lenken weniger ab als solche quer oder schräg zur Strasse mit Ausrichtung direkt auf den fahrenden Verkehr</p>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Standort im Detail</b>  <i>Freistehende Reklamen</i> lenken i.d.R. mehr ab als Reklamen an Gebäuden.  <i>Reklamen über der Fahrbahn</i> bilden i.d.R. eine grosse Ablenkung und sind nicht zu bewilligen.  Reklamen, welche die Aufmerksamkeit eindeutig von der gewünschten Richtung wegziehen, sind ablenkend.</p>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kriterien	Könnte die Verkehrssicherheit gefährdet sein?	JA	Eher JA	Eher NEIN	NEIN
<p><b>Situationen mit erhöhter Aufmerksamkeit</b></p> <p><i>Fussgängerstreifen: Mindestens 20 m vor und 20 m nach einem Fussgängerstreifen sind Reklamen i.d.R. nicht zu bewilligen.</i></p> <p><i>Bei Ortseingängen sind Reklamen i.d.R. nicht zu bewilligen.</i></p> <p><i>In der Nähe von Vorschrifts- und Vortrittssignalen sowie anderen Signalen mit Vorschriftscharakter sind Reklamen nur mit grösserem Abstand zu diesen zu bewilligen (z.B. Geschwindigkeitssignale, Fahrverbote, Einbahn, etc.).</i></p> <p><i>In engen oder unübersichtlichen Kurven oder frontal in einer engen Kurve sind Reklamen i.d.R. nicht zu bewilligen.</i></p> <p><i>In der Nähe von Bahnübergängen, Tram- und Busspuren ist Zurückhaltung mit Bewilligungen zu üben.</i></p> <p><i>Bei unübersichtlichen Kuppen, Verengungen der Strasse, Engpässen oder bei erhöhter Absturzgefahr sind Reklamen nur in Ausnahmefällen zu bewilligen.</i></p> <p><i>In Begegnungszonen und bei mehreren Fahrspuren ist ebenso Vorsicht geboten und Zurückhaltung zu üben.</i></p>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Spezialeffekte</b></p> <p><i>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.</i></p> <p><i>Reklamen, die retro-reflektierend, fluoreszierend oder lumineszierend sind, die blenden, blinken oder durch andere wechselnde Lichteffekte wirken, lenken sehr stark ab und sind i.d.R. abzulehnen.</i></p> <p><i>Ebenso Reklamen, die durch irgendwelche speziellen Effekte besonders auffallen.</i></p> <p><i>Einzelreklamen oder Reklamengruppen (z.B. Fahnen), die insgesamt eine richtungsweisende Wirkung haben, sind abzulehnen.</i></p> <p><i>Reklamen, die schallen, tönen oder sonst wie durch absichtlich erzeugte Geräusche und Töne ablenken.</i></p>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<p><b>Summierung von Ablenkungen</b></p> <p><i>Besteht eine dichte Folge oder grosse Anhäufung von Reklamen?</i></p> <p><i>Ergibt die optische Summierung eine problematische Fläche?</i></p> <p><i>Bestehen insgesamt bereits viele ablenkende Objekte im Blickfeld?</i></p>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Schwerpunktbildung</b>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

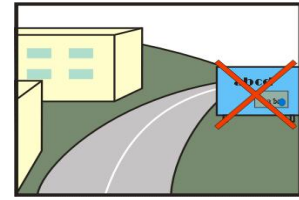
Beispiele:



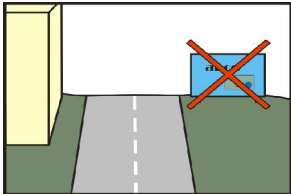
In und an Kreiseln



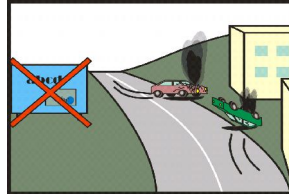
In dichter Folge



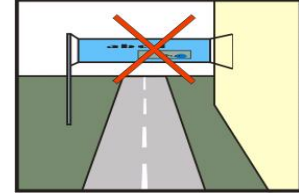
In Sichtzonen von Kurveninnenseiten



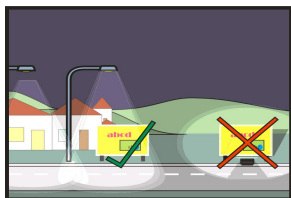
Im Bereich von Kuppen



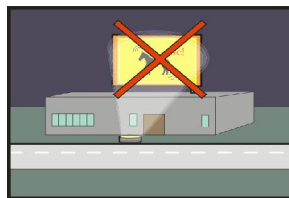
Bei Unfallschwerpunkten



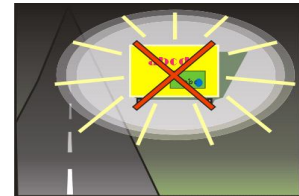
Über der Fahrbahn



Beleuchtete Reklamen in dunklen Zonen



Bewegte oder projizierte Reklamen



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