

700.105

Reklamereglement zur Bau- und Nutzungsordnung (BNO)

vom 28. Januar 2014

Kurzbezeichnung:

Bau- und Nutzungsordnung, Reklamereglement

Zuständig:

Planung und Bau

Stand: 1. Januar 2018

Inhaltsverzeichnis

Reklamereglement zur Bau- und Nutzungordnung (BNO) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

I.	Allgemeine Bestimmungen	3
§ 1	Geltungsbereich	3
§ 2	Zweck	3
§ 3	Begriffe	3
II.	Allgemeine Bewilligungsvoraussetzungen	4
§ 4	Bewilligungspflicht	4
§ 5	Gestaltungsgrundsätze	4
§ 6	Häufung von Reklamen	5
§ 7	Unzulässige Reklamen	5
§ 8	Fremdreklamen	5
§ 9	Megaposter	6
§ 10	Beleuchtung	6
§ 11	Unterhalt	6
III.	Besondere Vorschriften	6
§ 12	Anwendungsbereich	6
§ 13	Besondere Gestaltungsgrundsätze	6
§ 14	Fassadenreklamen	7
IV.	Plakatwerbung	7
§ 15	Gestaltungsgrundsätze	7
§ 16	Plakatierungsintensität	7
V.	Abschliessende Bestimmungen	8
§ 17	Ausnahmen	8
§ 18	Geltung der Bewilligung	8
§ 19	Gebühren	8
VI.	Übergangs- und Schlussbestimmungen	8
§ 20	Anpassung bestehender Reklamen	8
§ 21	Aufhebung bisheriger Erlasse	8
§ 22	Inkrafttreten	9
Anhang I	Plakatierungsintensität	10
Anhang II	Formate	11

Reklamereglement zur Bau- und Nutzungsordnung (BNO)

vom 28. Januar 2014

Der Einwohnerrat der Stadt Baden,

gestützt auf § 20 Abs. 2 des Gesetzes über die Einwohnergemeinden (Gemeindegesezt) vom 19. Dezember 1978¹, § 42 Abs. 2 des Gesetzes über Raumentwicklung und Bauwesen (Baugesezt, BauG) vom 19. Januar 1993² und § 74 der Bau- und Nutzungsordnung (BNO) der Stadt Baden vom 10. Dezember 2013/2. September 2014,

beschliesst:

I. Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Geltungsbereich

Dieses Reglement gilt für alle Reklamen auf dem Gemeindegebiet der Stadt Baden, ausgenommen Reklamen die den öffentlichen Grund vorübergehend benützen.

§ 2 Zweck

Das Reglement bezweckt eine gute Einordnung von Reklamen ins Orts-, Strassen- und Landschaftsbild und stellt den Schutz von Natur- und Baudenkmälern, der Wohnqualität und der Verkehrssicherheit unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Bedürfnisse sicher.

§ 3 Begriffe

1 Reklamen sind alle befristeten oder dauerhaften, mobilen oder stationären Vorkehrungen und Einrichtungen, die durch Schrift, Form, Farbe, Ton, Aus- und Beleuchtung oder anderen Mitteln der Werbung dienen. Sie können auch eine wegweisende Funktion haben. Zu den Reklamen gehören auch Plakatwerbestellen (Wände, Säulen und Schaukästen).

2 Reklamen können Werbung für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen und dergleichen sein:

¹ SAR 171.100

² SAR 713.100

- a) die mit dem Standort der Reklame in einem örtlichen Zusammenhang stehen (Eigenreklamen),
- b) die mit dem Standort der Reklame in keinem örtlichen Zusammenhang stehen (Fremdreklamen),
- c) wie Firmenname mit Branchenhinweis und gegebenenfalls dem Firmensignet (Firmenanschriften),
- d) die mit dem Standort der Reklame temporär in einem örtlichen Zusammenhang stehen (z.B. Baureklamen).

II. Allgemeine Bewilligungsvoraussetzungen

§ 4 Bewilligungspflicht

1 Das Aufstellen und Anbringen von Reklamen, ihr Versetzen und ihre Änderung hinsichtlich Format, Farbe, Schrift oder Art bedarf grundsätzlich einer Bewilligung.

2 Bewilligungspflichtig sind insbesondere auch Figuren sowie Storen, Fahnen und Flaggen, die Reklameaufschriften oder -bilder aufweisen oder Reklamezwecken dienen, sowie Reklamen an Fenstern.

3 Reklamen, die den öffentlich Grund dauerhaft benutzen, benötigen zusätzlich eine Bewilligung zur Nutzung des öffentlichen Grunds.

4 Keiner Bewilligung bedürfen:

- a) Plakate an bewilligten Plakatwerbstellen;
- b) unbeleuchtete Namens- und Firmenschilder, wenn sie auf den Liegenschaftsbenützer hinweisen, im Erdgeschoss angebracht sind, den öffentlichen Luftraum nicht beanspruchen und nicht grösser als 0.5 m² sind.

§ 5 Gestaltungsgrundsätze

1 Reklamen dürfen den städtebaulichen und architektonischen Charakter der Strassen und Plätze sowie das Stadt- und Landschaftsbild durch ihre Platzierung, Grösse, Gestaltung, Leuchtwirkung und Häufigkeit nicht beeinträchtigen.

2 Reklamen an Gebäuden müssen die architektonische Wirkung der einzelnen Gebäude wahren und bezüglich Charakter, Farbe, Form und Grösse mit dem Gebäude und dessen Umgebung in ästhetisch befriedigender Weise übereinstimmen. Die Grösse der Reklame muss in einem ausgewogenen Verhältnis zur Grösse der Fassade und zur Wirkungsdistanz stehen.

§ 6 Häufung von Reklamen

1 Die Wiederholung und die Häufung von Reklamen, die dem gleichen Zweck dienen, ist unzulässig.

2 Bei Gebäuden, in denen sich mehrere Betriebe befinden, sind Reklamen in geeigneter Form zusammenzufassen. Der Stadtrat kann ein Gesamtkonzept verlangen.

§ 7 Unzulässige Reklamen

Nicht gestattet sind:

- a) vorspringende Reklamen an Erkern, Balkonen und Vordächern;
- b) Reklamen im Glasbereich von Fassaden mit einem überwiegenden oder hohen Glasanteil;
- c) bewegliche oder blinkende Reklamen, ausgenommen in Schaufenstern;
- d) projizierte Reklamen;
- e) störende akustische Reklamen;
- f) raucherzeugende Installationen;
- g) Reklamen auf oder über Steildächern;
- h) schräg zum Strassenverlauf stehende Plakatwerbbestellen;
- i) Reklamen, die die Verkehrssicherheit beeinträchtigen können;
- j) Alkohol- und Tabakwerbung auf öffentlichem Grund;
- k) in der Regel an der Fassade angebrachte Plakatwerbbestellen.

§ 8 Fremdreklamen

Fremdreklamen sind auf dem ganzen Stadtgebiet nur zulässig:

- a) an Haltestellen der öffentlichen Verkehrsbetriebe;
- b) in Fussgängerunterführungen;
- c) innerhalb von Sportanlagen;
- d) in Parkhäusern;
- e) auf bewilligten Plakatwerbbestellen und in bewilligten Schaukästen.

§ 9 Megaposter

- 1 Megaposter sind nur an grossen Bauten mit grossflächigen Fassaden und weiträumigem Umfeld zulässig und dürfen die Trägerfassade in der Regel nicht vollständig verdecken.
- 2 Bewilligungen für Megaposter werden nur befristet erteilt.

§ 10 Beleuchtung

Ausgeleuchtete und beleuchtete Reklamen sind von 24.00 bis 06.00 Uhr auszuschalten, ausgenommen in Unterführungen.

§ 11 Unterhalt

- 1 Reklamen sind vom Bewilligungsnehmer ordnungsgemäss zu unterhalten.
- 2 Bei schwerwiegender Vernachlässigung der Unterhaltspflicht kann der Stadtrat die Bewilligung widerrufen.

III. Besondere Vorschriften

§ 12 Anwendungsbereich

- 1 Die Bestimmungen dieses Abschnitts gelten für folgende Zonen, Gebiete oder Objekte:
 - a) die Altstadtzonen;
 - b) die Bäderzonen;
 - c) die Dorfzone;
 - d) die Villenzone;
 - e) Baudenkmäler und deren Umgebungsbereich;
 - f) Ensembleschutzzonen;
 - g) die Bereiche Schlossbergplatz, Bahnhofplatz und Bahnhofstrasse und deren unmittelbar angrenzende Wahrnehmungsbereiche.
- 2 Soweit die Bestimmungen dieses Abschnitts keine strengeren Anforderungen enthalten, gelten die allgemeinen Vorschriften des Abschnitts II.

§ 13 Besondere Gestaltungsgrundsätze

- 1 Reklamen müssen sich in den Altstadtzonen und Bäderzonen besonders gut in das historische Stadt- bzw. Dorfbild, das Gassen- und Platzbild einfügen und dürfen die architektonische Gestaltung der Fassaden weder durch ihre Grösse, Gestaltung und Farbe noch durch ihre Leuchtwirkung und Häufung beeinträchtigen.

2 Die Reklamen haben bezüglich Proportionen, Anordnung und Gestaltung auf die Feinmassstäblichkeit und die Gliederung der Fassaden sowie auf den Standort besonders Rücksicht zu nehmen.

3 Einzelne architektonische Bauteile wie Gurtgesimse, Fensterbänke, Fenstergitter, Risalite, Schlusssteine, Zierstücke, Brüstungsgeländer und dergleichen dürfen durch Reklamen nicht überdeckt oder beeinträchtigt werden.

4 Reklamen auf Sonnenstoren und dergleichen sind grundsätzlich unzulässig. Bei entsprechend zurückhaltender und dezenter Gestaltung können im Einzelfall Reklamen auf Sonnenstoren bewilligt werden.

5 Reklamen dürfen in der Regel nur bis zur Unterkante der Fenster des ersten Obergeschosses angebracht werden. An und hinter Fenstern über dem Erdgeschoss sind keine Reklamen gestattet.

§ 14 Fassadenreklamen

1 An Fassaden können Reklamen in Form von unbeleuchteten, hinterleuchteten oder selbstleuchtenden Einzelbuchstaben und Firmensigneten angebracht werden. Auf die Fassade montierte Leuchtschriftkästen und Wiederholungen an der gleichen Fassade sind nicht zulässig.

2 Angemessen dimensionierte, abstehende Reklamen in Form von senkrecht zur Fassadenflucht angebrachten Leuchtkästen, unbeleuchteten sowie angeleuchteten Schildern und dergleichen sind gestattet, wenn sie sich gut in das Strassen- und Fassadenbild einfügen und die Gebäude nicht wesentlich beeinträchtigen.

IV. Plakatwerbung

§ 15 Gestaltungsgrundsätze

1 Auf Stadtgebiet sind einzig die Plakatwerbeträger gemäss Anhang II zulässig.

2 Mehrere Plakatwerbbestellen sind so zu gruppieren, dass sich Werbung und plakatfreier Raum rhythmisch abwechseln. In der Gruppe sind einheitliche Formate zu wählen.

3 Sichtbare, nicht plakatierte Rückseiten von Plakatwerbbestellen sind sorgfältig auszugestalten, z.B. als Lochblech.

§ 16 Plakatierungsintensität

1 Bezüglich Plakatierungsdichte ist der Plan in Anhang I massgebend.

2 Plakatierungsschwerpunkte liegen im Bereich Schulhausplatz sowie punktuell an der Brugger- und Neuenhoferstrasse. An Plakatierungsschwerpunkten ist die Plakatdichte erhöht und das Anbringen grossformatiger Plakate erlaubt.

3 Gebiete mit durchschnittlich intensiver Plakatierung befinden sich im Zentrumsbereich, linear entlang der Achsen Mellinger-, Neuenhofer-, Brugger-, Wettinger- und Seminarstrasse.

Im Zentrumsbereich sowie an Strassen zum Schulhausplatz sind F4 und F200 die geeigneten Formate. In den übrigen Bereichen innerhalb dieses Gebiets sind zusätzlich das Format F12 und, sofern die örtlichen Verhältnisse es zulassen, vereinzelt auch grossformatige Plakate zulässig.

4 Das übrige Stadtgebiet sowie die unmittelbare Umgebung von Schulhäusern ist grundsätzlich von Plakaten freizuhalten. In diesen Gebieten werden nur vereinzelt Plakatwerbungen bewilligt. Zulässig sind die Formate F4 sowie F200 und, sofern die örtlichen Verhältnisse es zulassen, vereinzelt das Format F12.

V. Abschliessende Bestimmungen

§ 17 Ausnahmen

Der Stadtrat kann Ausnahmen von den Bestimmungen dieses Reglements bewilligen, wenn besondere Verhältnisse dies rechtfertigen und keine öffentlichen oder überwiegenden privaten Interessen entgegenstehen.

§ 18 Geltung der Bewilligung

Die Bewilligung erlöscht, wenn die bewilligte Reklame nicht innert zwei Jahren ab Rechtskraft der Bewilligung angebracht worden ist.

§ 19 Gebühren

1 Die Gebühr für die Behandlung von Reklamegesuchen beträgt bei Stadtratsentscheidungen CHF 500, in den übrigen Fällen CHF 150.

2 Die zusätzlichen Gebühren für Reklamen, die den öffentlichen Grund dauerhaft benutzen, richten sich nach der Gebührenverordnung zum Reglement über die Benützung von öffentlichem Grund zu Sonderzwecken (VBöG).¹

VI. Übergangs- und Schlussbestimmungen

§ 20 Anpassung bestehender Reklamen

Bisher bewilligte Reklamen, die den Bestimmungen dieses Reglements widersprechen, sind bei der nächsten erheblichen Veränderung des Betriebs oder des Gebäudes, an dem sie angebracht sind, zu ändern und aufgrund der vorliegenden Vorschriften erneut bewilligen zu lassen.

¹ Geändert gestützt auf den Einwohnerratsbeschluss vom 24. Oktober 2017, in Kraft seit 1. Januar 2018

§ 21 Aufhebung bisheriger Erlasse

Mit dem Inkrafttreten dieses Reglements werden die Richtlinien für die Plakatwerbung vom 16. Dezember 1996 aufgehoben

§ 22 Inkrafttreten

Das Reklamereglement tritt mit der kantonalen Genehmigung der Bau- und Nutzungsordnung (BNO) in Kraft und ist auf zu diesem Zeitpunkt hängigen Reklamegesuche anwendbar.

Baden, 28. Januar 2014

DER EINWOHNERRAT BADEN

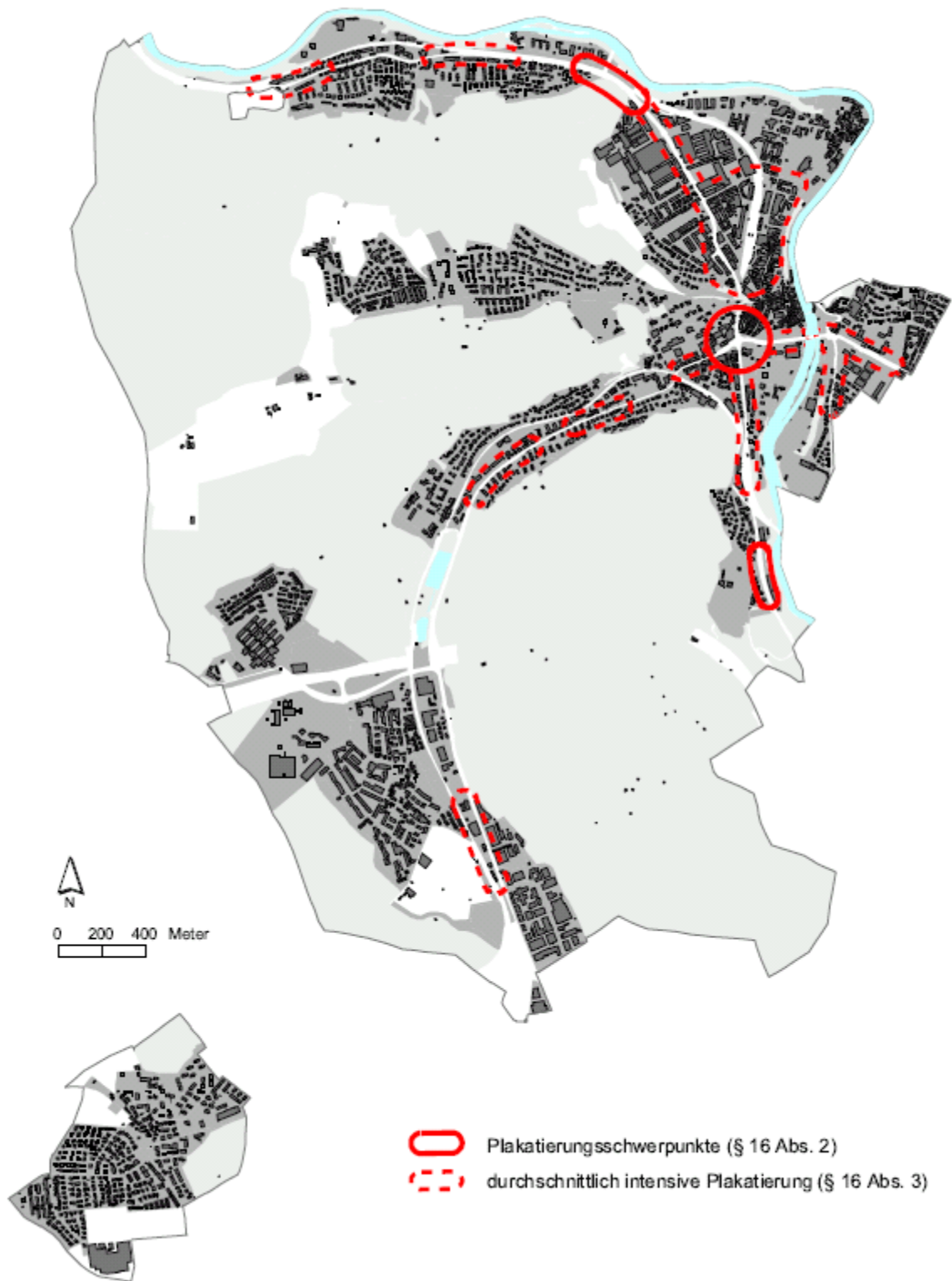
Präsident

P. COURVOISIER

Sekretär

M. SANDMEIER

Anhang I Plakatierungsintensität



Anhang II Formate

Formate des Trägertyps Soleil, freistehend

- F4** Weltformat, traditionelles Schweizer Plakatformat
- F200** Euro-City Plakatformat
- F12** Fläche von drei F4 Plakatformaten
- F24** Grossflächenplakat; Fläche von zwei F12 bzw. sechs F4 Plakatformaten
- GF** Grossflächenplakat

