

## Gemeinde Wettingen

# Vollzugsrichtlinie zur Aussenwerbung

Vom Gemeinderat am 14. Juli 2016 per 1. September 2016 in Kraft gesetzt

25596\_05A\_160822\_VZR\_Reklame.docx

---

Aussenwerbung fällt auf und ist für die Unternehmen und Gewerbetreibende wichtig. Tafeln, Stelen und Plakate prägen den öffentlichen Raum. Werbung soll sich entfalten können, muss jedoch auch für das Ortsbild verträglich sein.

Nach § 59 der kommunalen Bau- und Nutzungsordnung (BNO) kann der Gemeinderat Richtlinien zu deren Vollzug erlassen. Zur Erhaltung und Förderung qualitativ ansprechender Ortsbilder, Strassenräume und Plätze hat der Gemeinderat deshalb Grundsätze für die Ausgestaltung der Aussenwerbung und deren Integration in die Umgebung formuliert.

Die vorliegenden Grundsätze erläutern die wesentlichen Anforderungen, die bei der Konzeption der Aussenwerbung zu berücksichtigen sind. Sie dienen dem Gemeinderat als Grundlage für die Beurteilung von Gesuchen für Aussenwerbungsanlagen.

---

# Grundlagen

## Übergeordnete Rechtsgrundlagen:

- Art. 6 Abs. 1 Strassenverkehrsgesetz (SVG) und Art. 95 ff. Signalisationsverordnung (SSV): Im Bereich der für Motorfahrzeuge oder Fahrräder offenen Strassen sind Reklamen und andere Ankündigungen untersagt, die zu Verwechslung mit Signalen oder Markierungen Anlass geben oder sonst, namentlich durch Ablenkung der Strassenbenützer, die Verkehrssicherheit beeinträchtigen könnten.
- Art. 42 Abs. 2 Gesetz über Raumentwicklung und Bauwesen (BauG): Bauten und Anlagen, Anschriften, Bemalungen, Antennen und Reklamen dürfen insbesondere Landschaften sowie Orts-, Quartier- und Strassenbilder nicht beeinträchtigen.
- Art. 3 und 4 Gesetz über den Vollzug des Strassenverkehrsrechts (GVS) und Art. 6, 7 und 14 Verordnung über den Vollzug des Strassenverkehrsrechts (SVV): Bewilligungspflicht
- § 49 Bauverordnung (BauV): für bewilligungsfreie (temporäre) Reklamen wird auf Abs. 3 und das Merkblatt „Wahl- und Abstimmungsplakate“ verwiesen

## Kantonale Vorschriften über Strassenreklamen:

- Das Anbringen und Ändern von Strassenreklamen bedarf einer strassenverkehrsrechtlichen Bewilligung. Zuständige Behörde für die Erteilung von Bewilligungen für Strassenreklamen ist der Gemeinderat. Ist eine kantonale Zustimmung erforderlich, hat die Gemeinde das Gesuch an das Departement Bau, Verkehr und Umwelt (BVU) weiterzuleiten.
- Als Grundlage zur Beurteilung der strassenverkehrsrechtlichen Aspekte ist die Richtlinie über Strassenreklamen des Departements Bau, Verkehr und Umwelt vom 1. Mai 2011 zu beachten (siehe auch Kapitel „Nicht zulässige Aussenwerbung“, Seite 8).
- Die Grundsätze zur Bewilligungspflicht von Reklamen an Strassen sind vom Departement Bau, Verkehr und Umwelt, Amt für Baubewilligungen im Merkblatt „Grundsätze zur Bewilligungspflicht“ vom September 2011 festgehalten.

## Kommunale Rechtsgrundlagen:

Die Bau- und Nutzungsordnung (BNO) enthält folgende Bestimmungen zur Aussenwerbung:

- Art. 54 Abs. 1 BNO, Plakatierung: Die Plakatstellen haben ein einheitliches Erscheinungsbild aufzuweisen. Nach jeder Plakatstelle oder -gruppe hat ein plakatloser Abschnitt zu folgen.
- Art. 50 BNO, Einordnung von Bauten und Anlagen: Unter Anlagen können auch Anlagen der Aussenwerbung subsummiert werden.

## Bewilligungspflicht:

Das Anbringen und Ändern von Anlagen der Aussenwerbung (Reklameanlagen) sind bewilligungspflichtig (siehe Schema Anhang B). Es sind die übergeordneten Rechtsgrundlagen und die kommunalen Grundsätze zu beachten.

Es sind in der Regel folgende Unterlagen einzureichen:

- Konzeptbeschrieb
- Situationsplan, Ansichten, Schnitte in geeignetem Massstab
- Visualisierung
- Angaben zur Farbgebung, Materialwahl
- Angaben zum Leuchtmobiliar (Leistung, Leuchtmittel) und zum Beleuchtungsregime

Der Umfang und der Detaillierungsgrad der Unterlagen können dem Vorhaben angepasst werden. Die Beurteilbarkeit muss gewährleistet sein.

## Kommunal bewilligungsfreie Reklameanlagen:

Unter Vorbehalt der kantonalen Vorschriften über Strassenreklamen bedürfen folgende Anlagen keiner Bewilligung:

- Plakate an bewilligten Plakatwerbbestellen;
- 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 m<sup>2</sup> sind.

# Allgemeine Grundsätze

## Gesamtbild

- Reklameanlagen sind in ihrem Auftritt im Einklang mit der sie umgebenden Architektur und dem Ortsbild so zu gestalten, dass ein gutes Gesamtbild erreicht wird. Neue und veränderte Anlagen sollen sich in Bezug auf Gestaltung, Dimensionierung, Platzierung, Farbe und Material an den positiven Beispielen bestehender Reklameanlagen orientieren und auf die Architektur abgestimmt sein.
- Grundstücke und Fassaden sollen nicht mit Werbung überstellt werden.
- In Wohngebieten soll Aussenwerbung zurückhaltend eingesetzt werden.
- Alle Anlagen sind in einwandfreiem Funktionszustand zu halten. Veraltete oder verbleichte Informationen sollen entfernt werden.
- Fremdwerbung hat in der Regel nichts mit dem Ort zu tun; sie leistet keinen Beitrag zur Stärkung der Identität und des Charakters eines Ortes. Fremdwerbung soll deshalb zurückhaltend eingesetzt werden (siehe Anhang A).

## Gesamtkonzept

- Für grössere Geschäftshäuser mit mehreren eingemieteten Unternehmen ist bei einer Sanierung oder einem Neubau mit einem Gesamtkonzept nachzuweisen, dass die Grundsätze dieser Vollzugsrichtlinie eingehalten werden.



## Beleuchtung

- Die Beleuchtung des öffentlichen Raums ist Aufgabe der Gemeinde. Sie dient der Sicherheit und der Orientierung der Benutzenden des öffentlichen Raums.
- Die private Beleuchtung darf die öffentliche Beleuchtung nicht konkurrenzieren. Die Beleuchtungsintensität ist der Tages- und Nachtzeit anzupassen.
- Private Beleuchtung kann in Absprache mit der Gemeinde zur Mitbeleuchtung des öffentlichen Raums eingesetzt werden.
- Die Beleuchtungsdauer soll auf das Minimum beschränkt werden. An der Landstrasse können die Schaufenster in angemessener Weise auch nachts beleuchtet werden.
- Die Art und die Anzahl der Leuchten sind nach dem zu erfüllenden Zweck auszurichten. Der Energieverbrauch ist zu minimieren.
- Unnötige Lichtemissionen und Abstrahlungen in den Himmel sind zu vermeiden.
- Auf dynamische Beleuchtung wie Farbwechsler, Lauflichter, Blinklichter, bewegte Bilder und Projektionen ist zu verzichten.
- In besonderen Fällen, zum Beispiel für Anlässe und Feierlichkeiten, können zeitlich begrenzte Ausnahmen von diesen Grundsätzen gewährt werden.

# Permanente Aussenwerbung

## Platzierung der Werbung

- Reklamen sind im Erdgeschossbereich anzubringen. Falls Reklamen in begründeten Fällen über dem Erdgeschoss angeordnet werden müssen, ist ein Gesamtkonzept zur Bewilligung einzureichen.
- Wandbemalungen wie Hausnamen oder Sinnsprüche können auch über dem Erdgeschoss angebracht werden.
- Schriftzüge an Fassaden werden als Teil der Architektur gelesen; sie sind aufgesetzten Tafeln vorzuziehen. Werden mehrere Schriftzüge oder Tafeln angebracht, sind diese einheitlich zu platzieren; Format und Material sind aufeinander abzustimmen.

### Kommentar:

Werbung in den Obergeschossen ist dann möglich, wenn sich diese auf ein Gesamtkonzept stützt. Einzelne Beschriftungen der Fenster in Obergeschoss sind nicht erwünscht (Bild unten).

Bei mehreren Mieterinnen und Mietern ist nach Möglichkeit eine Zusammenfassung der Firmennamen und Logos auf einer Stele vorzusehen.

- Reklamestelen sind der Fassadenwerbung vorzuziehen.
- Bei freistehenden Reklamestelen sollte nicht zugleich mit einer Beflaggung geworben werden.
- Die Durchlässigkeit des Trottoirs muss bei Stelen gewährleistet werden.

### Kommentar:

Stelen können zurückhaltende Fassadenbeschriftungen ergänzen und die Sichtbarkeit der Unternehmen verbessern (Bild).

Reklamestelen können auf Betriebe in den oberen Geschossen hinweisen.



## Schaufenster

- Schaufenster sollen nicht mit grossflächiger Reklame oder Sichtschutzfolie beklebt werden. Allfällige Ausnahmen müssen aufgrund der Nutzung begründet sein.

### Kommentar:

*Fussgängerinnen und Fussgänger sind potenzielle Kundschaft. Sie sollen Einblick in die Ladenlokale erhalten. Schriftzüge auf Schaufenstern sind möglich (Bild oben). Die Abdeckung von Schaufenstern mit grossflächiger Werbung ist hingegen nicht erwünscht (Bild unten).*

*Sichtschutzfolien sollen nur dann angebracht werden, wenn es aufgrund der Grundrissituation nicht anders möglich ist oder eine Abdeckung aus betrieblichen Gründen notwendig ist. Die beklebte Fläche ist zu minimieren.*



## Permanente Beflaggung

- Permanente Beflaggungen sind möglich, wenn nicht gleichzeitig mit einer Reklame an der Fassade oder an einer Stele geworben wird.
- Zusätzlich zur Beflaggung sind lediglich Werbemittel gestattet, die von der Fassade zurück versetzt sind (z.B. Schaufensterbeschriftung).

### Kommentar:

*Zu beachten sind die Mindestabstände zum Fahrbahnrand sowie die Anforderungen an Fahnen und Fahnengruppen gemäss der Richtlinie über Strassenreklamen des Kantons Aargau.*



# Temporäre Aussenwerbung

## Warenauslagen

- Auf privatem Grund dürfen Waren vor Geschäften ausgelegt werden, wenn die Durchlässigkeit des Trottoirs gewährleistet ist und der Verkehr nicht beeinträchtigt wird.
- Die Waren sind in ansprechender Weise zu arrangieren bzw. in geordneter Weise im Aussenbereich zu platzieren.

### *Kommentar:*

*Die Warenauslage im Beispiel ist zwar üppig, jedoch geordnet und beeinträchtigt die Durchlässigkeit des Trottoirs nicht.*



## Mobile Werbeträger

Reiter (ausklappbares Gestell mit zwei Werbeflächen) und andere mobile Werbeträger, wie mobile Flaggen, dürfen unter Einhaltung der folgenden Bedingungen aufgestellt werden:

- pro Geschäft darf nur ein Reiter oder ein mobiler Werbeträger aufgestellt werden;
- die Durchlässigkeit des Trottoirs muss gewährleistet sein;
- nach Ladenschluss sind die Werbeträger zu entfernen.

### *Kommentar:*

*Produktwerbung in Form von Reitern auf unterschiedlichen Modellen ist weit verbreitet. Mehrere Reiter führen jedoch zu einer Übermöblierung des öffentlichen Raums und zu einer Beeinträchtigung des Fussverkehrs. Die Anzahl der Reiter pro Geschäft ist deshalb zu begrenzen.*



## Baugerüst, Bauwand, Baukran

- Aussenwerbung an Bauanlagen wie dem Baugerüst, der Bauwand oder dem Baukran ist zurückhaltend einzusetzen und auf Eigenwerbung zu beschränken.
- Es dürfen keine Signalfarben verwendet werden.
- Es darf keine selbstleuchtende Reklame angebracht werden.
- Die Windkräfte müssen bei der Verankerung berücksichtigt werden.



## Nicht zulässige Aussenwerbung

Folgende Aussenwerbung ist gemäss der kantonalen Richtlinie über Strassenreklame an Kantonsstrassen nicht zulässig (siehe auch Kapitel „Grundlagen“):

- reflektierende, selbst leuchtende, blendende, blinkende oder durch wechselnde Lichteffekte wirkende Reklame
- bewegte oder projizierte Reklame
- beleuchtete Reklame an sonst unbeleuchteten Orten (z.B. an Baukränen)

Folgende Aussenwerbung ist nicht erwünscht:

- Reklame an Kandelabern\*
- akustische Reklame
- Megaposter mit mehr als 12 m<sup>2</sup> Fläche
- Reklame auf Dächern

*Kommentar:*

*\*Ausnahmen für Werbeanlagen an Kandelabern gelten für Informationen, die in einem öffentlichen Interesse liegen, wie zum Beispiel für Plakate im Rahmen von Wahlen, Abstimmungen, für die BfU-Unfallprävention, Hinweise auf den Schulbeginn, u.a.*

*Für Plakate an Kandelabern ist immer eine Bewilligung der Gemeinde notwendig (Hinweis: Eigentümerin von Kandelabern an Kantonsstrassen innerorts ist ebenfalls die Gemeinde).*

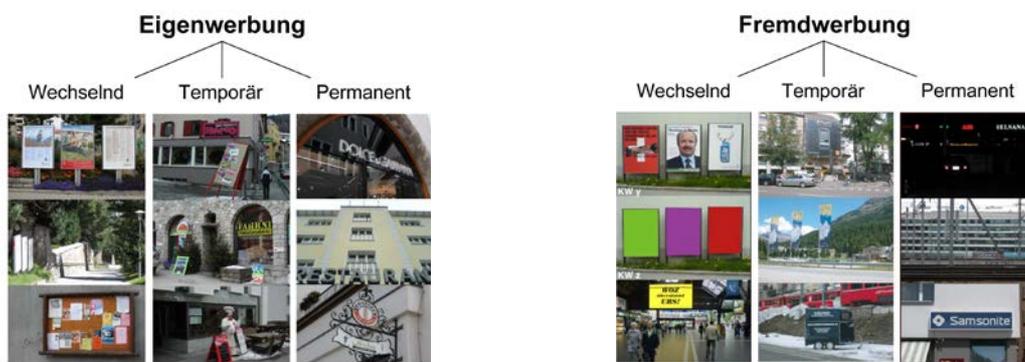


Diese Richtlinie dient der Veranschaulichung gewisser Teilaspekte; es können daraus keine allgemeingültigen Aussagen abgeleitet werden. Der Gemeinderat rät, frühzeitig mit der Bau und Planungsabteilung Kontakt aufzunehmen:

**Bau- und Planungsabteilung Wettingen, Rathaus, 5430 Wettingen**

**Tel: 056 437 73 00, Fax: 056 437 73 99, E-Mail: [bauverwaltung@wettingen.ch](mailto:bauverwaltung@wettingen.ch)**

# Anhang A – Erläuterungen zu den Werbearten



## Eigenwerbung

### Permanente Eigenwerbung

Die permanente Eigenwerbung stellt die persönliche Visitenkarte eines Geschäfts dar. Die Geschäftsinhaberinnen und Geschäftsinhaber werden in die Verantwortung genommen, denn sie leisten mit ihrem Auftritt einen Beitrag zum Image und zum Gesamteindruck von Wettingen.

### Wechselnde Eigenwerbung

Bei der wechselnden Eigenwerbung ist das Plakat der am meisten verbreitete Werbeträger. Die wechselnde Eigenwerbung informiert über die aktuellen Veranstaltungen vor Ort.

Kleinplakate dienen meistens für Werbebotschaften von Vereinen oder Privaten, die kein Budget für einen kommerziellen Plakataushang haben.

### Temporäre Eigenwerbung

Reklameanlagen der temporären Eigenwerbung sind nicht fest montiert und zeitlich begrenzt, zum Beispiel während den Ladenöffnungszeiten. Es handelt sich um Reklametafeln oder ähnliches, die vor einem Geschäft oder einem Restaurant, meist auf öffentlichem Grund, aufgestellt werden.

## Fremdwerbung

### Permanente Fremdwerbung

Bei permanenter Fremdwerbung handelt es sich um dauerhaft eingerichtete, fest montierte Reklamanlagen mit Werbebotschaften, die keinen Bezug zum Standort haben. In der Regel sind diese Anlagen als Leuchtschriften ausgeführt, gross dimensioniert, da sie auf Fernwirkung zielen, und an Standorten mit hohen Besucherfrequenzen angebracht. Wegen des fehlenden Bezugs zum Ort leistet diese Art der Werbung keinen Beitrag zur Stärkung der Identität und des Charakters des Orts.

### Wechselnde Fremdwerbung

Bei der wechselnden Fremdwerbung handelt es sich um eingerichtete Anlagen, meistens Plakatträger, an denen Werbebotschaften angebracht werden, die gleichzeitig in einer ganzen Region, landesweit oder international erscheinen.

### Temporäre Fremdwerbung

Reklameanlagen der temporären Fremdwerbung sind nicht fest montiert und zeitlich begrenzt, wie zum Beispiel Sponsorenwerbung an Grossanlässen oder Werbung auf eingerüsteten Gebäuden.

