

G E M E I N D E R A T

Bericht und Antrag

Nr. 1472
vom 9. Februar 2012
an Einwohnerrat von Horw
betreffend Planungsbericht Erlass Reklamerichtlinien

Sehr geehrter Herr Einwohnerratspräsident
Sehr geehrte Damen und Herren Einwohnerräte

1 Ausgangslage

Im Jahr 2006 haben wir mit Unterstützung von Kost+Partner AG, Sursee, die Richtlinien für die Bewilligung von Reklameanlagen erarbeitet. In den eingegangenen Stellungnahmen im Rahmen der Vernehmlassung und im dringlichen Postulat Nr. 579/2006 wurden die Richtlinien teilweise als zu detailliert, zu einschneidend und als nicht tragfähig bezeichnet. Das Postulat forderte uns auf, Ihnen nach abgeschlossener Vernehmlassung die Richtlinien mit einem Bericht und Antrag vorzulegen. Mit dem vorliegenden Planungsbericht bringen wir Ihnen die überarbeiteten Richtlinien zu Kenntnis.

2 Überarbeitung

Wegen der parallel laufenden Totalrevision der Ortsplanung wurde die Weiterbearbeitung der Reklamerichtlinien sistiert. Gleichwohl wurde der vorhandene Entwurf von Text und Plan bei der Beurteilung von neuen Reklamegesuchen beigezogen. Dabei hat sich diese Grundlage als zweckmässig erwiesen. Die Abklärungen betreffend gemeinsamer Reklamerichtlinien mit Kriens, Emmen und Ebikon verliefen ergebnislos, da die Ausgangslage und der Regelungsbedarf zu unterschiedlich waren.

Für temporäre Reklamen (Nr. 607) erliessen wir am 23. Dezember 2010 – analog zur Richtlinie für die Bewilligung von Reklamefahnen (Schrift Nr. 605) vom 21. März 2001 – eine separate Richtlinie.

3 Grund für Reklamerichtlinien

Die Notwendigkeit der Reglementierung ergibt sich einerseits aus verkehrspolizeilichen und andererseits aus landschafts- und ortsbildschützerischen bzw. ästhetischen Gründen. Die verkehrspolizeilichen Schranken finden sich in Art. 95 ff. Signalisationsverordnung (SSV), welche durch Weisungen der eidgenössischen Behörden zum Teil noch näher ausgeführt werden. Aus diesem Grund ist das Anbringen und Ändern von Strassenreklamen von Bundesrechts wegen bewilligungspflichtig (Art. 100 Abs. 1 SSV). Darüber hinaus obliegt es dem kantonalen oder kommunalen Recht, zusätzliche Regelungen aus landschafts- und ortsbildschützerischen Gründen zu statuieren. Die Gemeinde kann, im Rahmen der ihr nach kantonalem Recht zustehenden Kompetenzen, das Anbringen von Reklamen und Plakaten nach Art und Grösse normieren bzw. für bestimmte Zonen oder Gebäude überhaupt untersagen.

Kompetenzen der Gemeinden:

- Im Kanton Luzern dürfen die Gemeinden in ihren Bau- und Zonenreglementen (BZR) ergänzende Vorschriften über Reklamen erlassen.
- Die Gemeinde kann für bestimmte Gebiete oder Gebäude Reklamen als unzulässig erklären.
- Die Gemeinde kann an die Zulässigkeit von Reklamen höhere Anforderungen stellen als sie in der allgemeinen Ästhetikklausel (§ 140 Abs. 1 PBG) enthalten sind. Die Vorschriften dürfen jedoch nicht auf ein faktisches Reklameverbot hinauslaufen.
- Die Gemeinde kann die Modalitäten der Plakatierung in einem Gesamtkonzept resp. in Richtlinien regeln. Die Grundlage ist zweckmässigerweise im BZR zu regeln.

Die Qualität des öffentlichen Raums soll gemäss dem "Leitbild für die Entwicklung der Gemeinde Horw" erhöht und die Aufenthaltsqualität verbessert werden. Neben verschiedenen anderen Elementen prägen und gestalten Reklamen unsere öffentlichen Räume. Die Anordnung der Werbeflächen soll daher nicht dem Zufall überlassen werden. Es bedarf entsprechender Vorschriften zum Schutz des Landschafts-, Orts- und Strassenbildes. Rechnung zu tragen ist dabei dem Erscheinungsbild einer Ortschaft als Ganzes, der Ästhetik einzelner Strassenzüge und Plätze, wie auch der Würde von historischen Stätten sowie der Einzigartigkeit von Natur- und Kunstdenkmälern. Für die Verwirklichung dieser Anliegen ist die Erfassung sämtlicher vom öffentlichen Raum aus wahrnehmbarer Plakat- und Reklameeinrichtungen grundsätzlich unerlässlich – unabhängig davon, ob diese sich auf öffentlichem oder auf privatem Grund befinden.

Im März 2011 hat die Dienststelle Raumentwicklung, Wirtschaftsförderung und Geoinformation (rawi) die Wegleitung für Strassenreklamen erlassen. Darin werden die für die Verkehrssicherheit relevanten Inhalte der Reklameverordnung und die massgebenden Bestimmungen der eidgenössischen Strassenverkehrsgesetzgebung anschaulich erläutert. Nicht Gegenstand der Wegleitung ist der Schutz des Orts- und Landschaftsbildes, der Kultur- und Naturdenkmäler sowie der Aussichtspunkte, welche in § 1 Abs. 2 der Reklameverordnung (RV) explizit genannt werden. In Artikel 38 Abs. 2 BZR wird aufgeführt, dass der Gemeinderat Richtlinien erlässt.

Das Erstellen von Reklameanlagen, die das Orts- und Landschaftsbild beeinträchtigen, ist nicht gestattet. Der Gemeinderat erlässt Richtlinien zu Reklameanlagen.

Mit einer Reklamerichtlinie können zwei Funktionen erfüllt werden:

- Es hilft bei der Konkretisierung der Reklameverordnung. Diese enthält zahlreiche auslegungsbedürftige Begriffe, bei denen der Bewilligungsbehörde ein gewisses Ermessen zusteht. Mit der Richtlinie entsteht mehr Rechtssicherheit.
- Durch die Anwendung der Richtlinien kann eine einheitlichere Behandlung der Gesuchstellenden erreicht werden. Mit der Richtlinie wird dem Gleichheitsprinzip nachgelebt.

Die Richtlinien stellt wohl keine rechtsverbindliche Grundlage dar, sie kann jedoch wertvolle Dienste leisten bei der Entwicklung einer Praxis zur Reklameverordnung durch den Gemeinderat. Bei Vorliegen einer vom Gemeinderat erlassenen Richtlinie steigen die Chancen erheblich, dass Entscheide des Gemeinderates im Einzelfall auch vor Gericht geschützt und nicht wegen Willkür oder rechtsungleicher Behandlung aufgehoben werden.

Gestützt auf diese Überlegungen wurde in Zusammenarbeit mit Kost+Partner AG, Sursee, der vorliegende 2. Entwurf neu erarbeitet.

4 Aufbau der Reklamerichtlinie

Werbung hat dort eine hohe Wirkung, wo sie in kurzer Zeit von möglichst vielen Menschen wahrgenommen wird. Verkehrsknotenpunkte und Bushaltestellen bieten eine hohe Werbepräsenz. Reklameanlagen konzentrieren sich daher vor allem auf öffentliche Strassenräume, um dort die Werbebotschaften an die Strassenraumbenutzenden zu richten. In reinen Wohngebiete

ten ohne öffentliche Nutzungen und Durchgangsverkehr würden Reklamen keine genügende Werbewirkung erzielen und passen gestalterisch nicht in diese Umgebung. In reinen Wohngebieten und in zusammenhängenden Vorgärten sollen deshalb keine Fremdreklamen bewilligt werden.

Eigenreklamen und Firmenanschriften sind in einem gewissen Mass überall zulässig, sofern sie das übergeordnete Recht berücksichtigen.

Die Richtlinien beinhalten neben den allgemeinen Bestimmungen auch konkrete Vorschriften für verschiedene Strassenabschnitte, d.h. spezifische Einordnungskriterien für die Fremdreklamen ergeben sich aus der Strassenraumklassierung. Die wichtigen öffentlichen Strassenräume des Siedlungsgebiets Horw werden in 3 Klassen A – C mit unterschiedlichen Einschränkungen bezüglich der zulässigen Plakatträger unterteilt.

Klasse A: beinhaltet historische Ortsbildteile und intakte bauliche Ensemble sowie belebte und homogene Strassenräume. Sie weisen eine dichtere Bebauung auf und bieten eine Nutzungsvielfalt mit Arbeits- und Dienstleistungsnutzungen. Die Arbeitsnutzungen weisen einen hohen Bedarf an Eigenwerbung auf. Die wenigen Reklameanschlagstellen mit Fremdwerbung sollen sich gut in das Umfeld integrieren und sich in die städtebaulichen Ordnungsprinzipien integrieren

Klasse B: beinhaltet weniger belebte Strassenräume. Sie weisen grundsätzlich eine geringere Werbewirkung auf. Die Reklameanschlagstellen in kommerzieller Umgebung haben sich in die räumlichen Verhältnisse einzuordnen. Abschnitte mit reiner Wohnnutzung und zusammenhängenden Vorgärten sollen plakatfrei bleiben

Klasse C: Diese Strassenraumabschnitte weisen ein heterogenes Raum- und Nutzungsmuster auf. Die räumliche Definition weist keine einheitliche Struktur auf. Diese nicht eindeutig definierten Strassenräume können mit einer guten Anordnung der Reklameanschlagstellen aufgewertet werden. Hier sind je nach Umfeld auch grossformatige Werbeflächen möglich.

5 Würdigung

Die ersten Erfahrungen mit dem Entwurf 2006 der Reklamerichtlinien haben gezeigt, dass sich diese in der Anwendung bewähren, insbesondere die Regelung der Plakatanschlagstellen mittels unterschiedlicher Strassenraumklassen. Mit der Überarbeitung konnten die Richtlinien vereinfacht und mit der Integration der Wegleitung des Kantons zu den Strassenreklamen im Anhang inhaltlich abgerundet werden. Es ist uns ein Anliegen, die Reklameaktivitäten auf dem Gemeindegebiet zum Wohle der Öffentlichkeit wie auch dem heimischen Gewerbe transparent geregelt zu haben.

6 Antrag

Wir beantragen Ihnen

- den Planungsbericht Erlass Reklamerichtlinien zur Kenntnis zu nehmen.



Markus Hool
Gemeindepräsident



Daniel Hunn
Gemeindeschreiber

- Richtlinien zur Bewilligung von Reklameanlagen

E I N W O H N E R R A T

Beschluss

- nach Kenntnisnahme vom Bericht und Antrag Nr. 1472 des Gemeinderates vom 9. Februar 2012
 - gestützt auf den Antrag der Bau- und Verkehrskommission
 - in Anwendung von Art. 31 Abs. 1 Bst. f der Gemeindeordnung vom 25. November 2007
-

Der Planungsbericht Erlass Reklamerichtlinien wird zur Kenntnis genommen.

Horw, 15. März 2012

Konrad Durrer
Einwohnerratspräsident

Daniel Hunn
Gemeindeschreiber

Publiziert:

***RICHTLINIEN
BEWILLIGUNG VON
REKLAMEANLAGEN
VOM ...***



**ENTWURF
9. FEBRUAR 2012**

Der Gemeinderat von Horw beschliesst

–gestützt auf die Reklameverordnung (RV) des Kantons Luzern und Art. 38 Bau- und Zonenreglement (BZR)

1. Zweck

Die vorliegenden Richtlinien dienen in Ergänzung der kantonalen Wegleitung für Strassenreklamen (vgl. Anhang 4) der Beurteilung von Reklameanlagen. Sie enthalten Grundsätze über die Verteilung und die Anordnung der Reklameanlagen.

Die Richtlinien umschreiben die Beschränkung von Reklameanlagen und beinhalten Kriterien zu den Einordnungs- und Gestaltungsanforderungen.

Davon ausgenommen sind Reklamefahnen und temporäre Reklamen auf öffentlichem Grund.

2. Geltungsbereich

Die Richtlinien gelten für alle Reklameanlagen auf öffentlichem und privatem Grund im Freien, soweit der Geltungsbereich nicht explizit eingeschränkt bzw. auf übergeordnete Gesetze und andere kommunale Richtlinien verwiesen wird. Die Begriffe sind in § 3 RV definiert.

Für Reklamefahnen sind die Richtlinien Nr. 605 für die Bewilligung von Reklamefahnen massgebend. Temporäre Reklamen auf öffentlichen Grund werden gemäss den Richtlinien Nr. 607 über temporäre Reklamen auf öffentlichem Grund beurteilt. Für temporäre Reklamen auf privatem Grund sind hingegen die vorliegenden Richtlinien massgebend. Auch nicht Gegenstand dieser Richtlinie sind Reklamen gemäss § 6 RV und die gemeindeeigenen Kampagnenstandorte.

Die vom Gemeinderat festgesetzten Richtlinien sind behördenverbindlich. Sie dienen als Grundlage für die Beurteilung von Reklameanlagen. Allgemeine Grundsätze gelten für das ganze Gemeindegebiet. Spezifische Einordnungskriterien für die Fremdreklamen ergeben sich aus der Strassenraumklassierung gemäss Art. 3.

3. Strassenraumklassen und Beschränkungen der Fremdreklamen

Die wichtigen öffentlichen Strassenräume des Siedlungsgebiets Horw werden in 3 Klassen A – C (vgl. Anhang 1) mit unterschiedlichen Einschränkungen bezüglich der zulässigen Plakatträger gemäss Art. 4b unterteilt.

4. Anordnung und Gruppenbildung von Reklameanschlagstellen

Reklameanschlagstellen sind gemäss folgenden Grundsätzen anzuordnen:

- Reklameanschlagstellen sind prioritär in bestehende Bauten und Anlagen (z.B. Personenunterstand) zu integrieren. Frei stehende beleuchtete Reklameanschlagstellen im Freien bedürfen eines Gesamtkonzepts, welches eine Beurteilung bezüglich ihrer Eingliederung und Wirkung ermöglicht.
- Frei stehende Reklameanschlagstellen sind nach Möglichkeit in Gruppen zusammenzufassen. Pro Reklamegruppe ist nur ein Plakatträgertyp (vgl. Anhang 2) zulässig. Die Plakatträger können wie folgt aufgestellt werden:

Klasse	max. zulässige Plakatträger pro Gruppe	
	Parallel zur Strasse	Rechtwinklig zur Strasse
A	Keine	keine
B	4 Stück F4 3 Stück F200	4 Stück F4 3 Stück F200
C	4 Stück F4 3 Stück F200 2 Stück F12	4 Stück F4 2 Stück F4 Flachsäule 3 Stück F200

- auf Plätzen und platzartigen Fussgängerbereichen sind auch Kultursäulen und sternförmig angeordnete Plakatträger des Typs "F4" zulässig.

5. Weitere Reklamestandorte

Zusätzlich zu den Standorten gemäss Strassenraumklassenplan können Fremdreklamen und Plakatanschlagstellen an belebten Orten mit hoher Fussgängerfrequenz bewilligt werden. Bezüglich der möglichen Formate sowie deren Anordnung und Ausgestaltung gelten jeweils die Festlegungen der umliegenden Strassenraumklasse.

6. Wechselreklamen

Wechselreklameanschlagstellen sind nicht zulässig.

7. Eigenreklamen und Firmenanschriften

Pro Betrieb oder Firma ist eine Eigenreklame oder Firmenanschrift an höchstens 2 Fassaden zulässig. An der strassenseitigen Fassade sind weitere Eigenreklamen oder Firmenanschriften zulässig, wenn sie parallel zur Strasse angebracht werden.

An Stelle der strassenseitigen Eigenreklamen oder Firmenanschriften kann auch eine Stele parallel oder rechteckig erstellt werden, sofern sie sich in die Umgebung einordnet.

Bei mehreren Betrieben pro Gebäude sind die Eigenreklamen oder Firmenanschriften in geeigneter Form (z.B. Stelen) zusammenzufassen.

Die Grösse der Eigenreklamen und Firmenanschriften muss unter Wahrung der Gleichbehandlung der Betriebe in einem ausgewogenen Verhältnis zur Grösse und zur architektonischen Gestaltung der Fassade sowie zur Wirkungsdistanz stehen.

8. Leuchtreklamen

Leuchtreklamen dürfen keine übermässigen Lichtemissionen verursachen. Die Grundsätze der "Empfehlungen zur Vermeidung von Lichtemissionen" (vgl. Anhang 3) sind sinngemäss anzuwenden.

9. Geltungsdauer

Die Geltungsdauer der Reklamebewilligung wird gestützt auf § 12 RV im Entscheid festgelegt.

Horw, DATUM

Markus Hool
Gemeindepräsident

Daniel Hunn
Gemeindeschreiber

A n h a n g 1

ÜBERSICHTSPLAN STRASSENRAUMKLASSEN

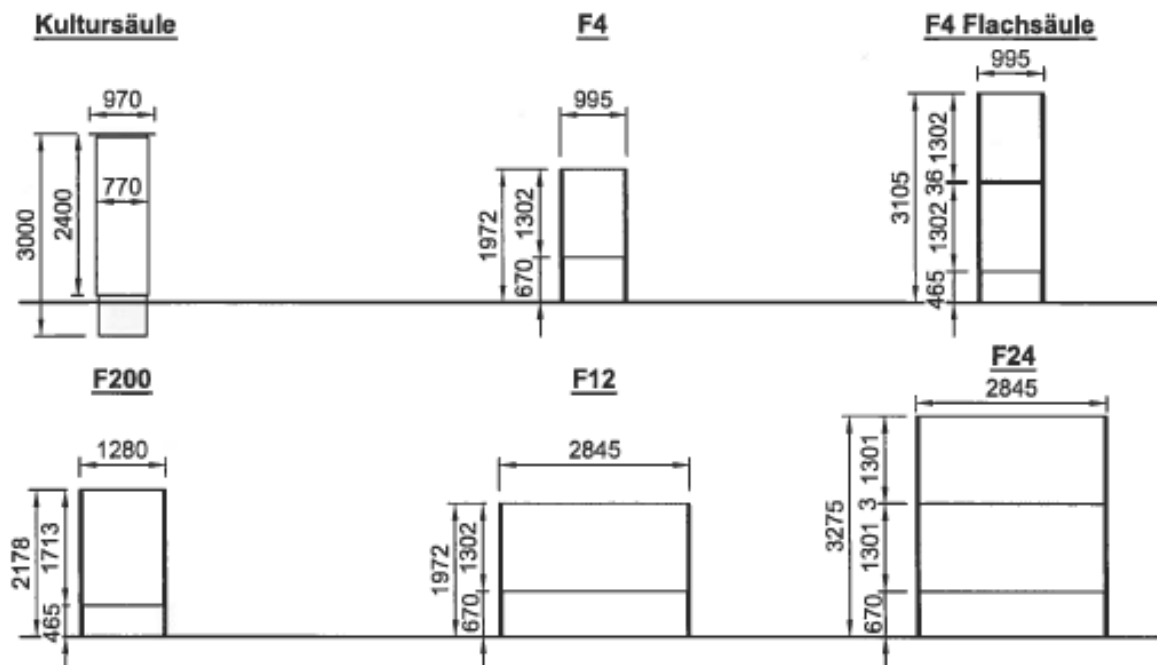
(Separatdruck)

Anhang 2

PLAKATTRÄGERTYPEN UND DEREN ANORDNUNG

Diesen Richtlinien liegen folgende Plakatträgertypen zugrunde

Höhenabstandsmaße und Formate (in mm) freistehend: je 1 Plakat auf Vorder- und Rückseite



Parallel zur Strasse

Dargestellt:

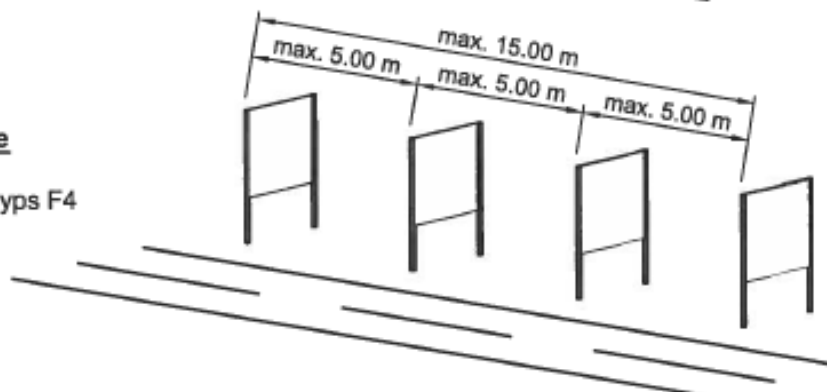
max. 4 Plakatträger des Typs F4



Rechtwinklig zur Strasse

Dargestellt:

max. 4 Plakatträger des Typs F4



Sternförmig auf Plätzen bzw. platzartigen Fussgängerbereichen

Dargestellt:

max. 4 Plakatträger des Typs F4



EMPFEHLUNGEN ZUR VERMEIDUNG VON LICHTEMISSIONEN

Klaus G., Kägi B., Kobler R. L., Maus K., Righetti A., 2005: Empfehlungen zur Vermeidung von Lichtemissionen.

Vollzug Umwelt. Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft [heute BAFU], Bern. 40 S.

Download PDF: <http://www.bafu.admin.ch/publikationen/publikation/00847/index.html?lang=de>

Die nachfolgenden Empfehlungen werden bei der Beurteilung von Leuchtreklamen sinngemäss angewandt.

5.2.9 Empfehlungen im Überblick

Ziel: nachhaltige Lichtnutzung

Die Aussenbeleuchtung muss eine qualitative Verbesserung erfahren, die auf die Bedürfnisse von Mensch, Landschaft und Ökologie gleichwertig eingeht. Planung, Herstellung und Anspruchshaltung in Bezug auf Aussenleuchten sind in die Richtung einer nachhaltigen Lichtnutzung zu lenken.

Grundsatz: Begrenzung an der Quelle

Generell sollte jede fix installierte Aussenleuchte auf ihren Beleuchtungszweck und auf die möglichen unerwünschten Auswirkungen hin geprüft werden. Diese Evaluation wird somit Bestandteil der Planung und ist fachlich abzusichern.

Empfehlung Notwendigkeit

Aussenleuchten, die keinem objektiven Sicherheitszweck dienen, sollten auf ihre Notwendigkeit hin überprüft werden. Bei der Bewertung wollen die Bedürfnisse aller berücksichtigt werden – auch diejenigen der Natur und der Landschaft sowie jener Leute, die eine Störung erfahren. Konkret bedeutet dies:

- Vermeiden bzw. Rückbau von überflüssigen Leuchten
- Verbot und/oder Einschränkungen von exzessiven Beleuchtungsanlagen wie Skybeamer und Objektstrahlungen
- Vermeiden von Beleuchtungsanlagen direkt in den Naturräumen.

Empfehlung Abschirmung

Leuchtkörper sollten eine Abschirmung haben, die Licht nur dorthin strahlen lässt, wo es einem klar definierten Beleuchtungszweck dient. Die Abschirmung muss zumindest sämtliches Licht gegenüber dem oberen Halbraum abschirmen. Weitere Abschirmungen sind auch im unteren Halbraum anzustreben. Dies betrifft alle

Richtungen, in welche Störungen zu erwarten sind, die durch die Wahl einer geeigneten Leuchte vermeidbar wären. Beispiele sind:

- Störungen in Ruheräumen (Schlafzimmer)
- Störungen von Naturräumen, z.B. durch Wegbeleuchtungen in und nahe bei Wäldern oder entlang von aquatischen Systemen (Flüsse, Seen)
- Blendungen, die lästig sind oder sogar die Sicherheit beeinträchtigen
- Anstrahlungen von Objekten, bei denen Lichtabfall neben den zu beleuchtenden Objekten vorbeigestrahlt wird (Fassaden, Burgen, Reklamen).

Empfehlung Ausrichtung

Vorzusehen ist grundsätzlich die Ausrichtung von **oben nach unten**. Absolut vermieden werden müssen Beleuchtungen von **unten nach oben** (z.B. Bodenleuchten oder Objektausstrahlungen jeglicher Art).

Empfehlung Stärke und Qualität

Beleuchtungsstärke nur so stark wählen wie nötig. Überdimensionierte Leuchten sind durch Reduktion der Leuchtmittelleistung zu drosseln. In der Nähe von Naturräumen soll weisses Licht (Blauanteil) und Strahlung aus dem UV-Bereich vermieden werden.

Empfehlung Zeitmanagement

Es sollte eine Synchronisation mit dem Nachtruhefenster (z.B. wie beim Lärmschutz) von 22 Uhr bis 6 Uhr angestrebt werden. Reklamen und nicht mehr notwendige Leuchten sollen ganz abgestellt oder ihre Beleuchtungsstärke soll so weit wie möglich reduziert werden. Die Betriebsdauer in der Nacht ist mit Zeitschaltuhren und Bewegungsmeldern sinnvoll auf die Bedürfnisse abzustimmen.

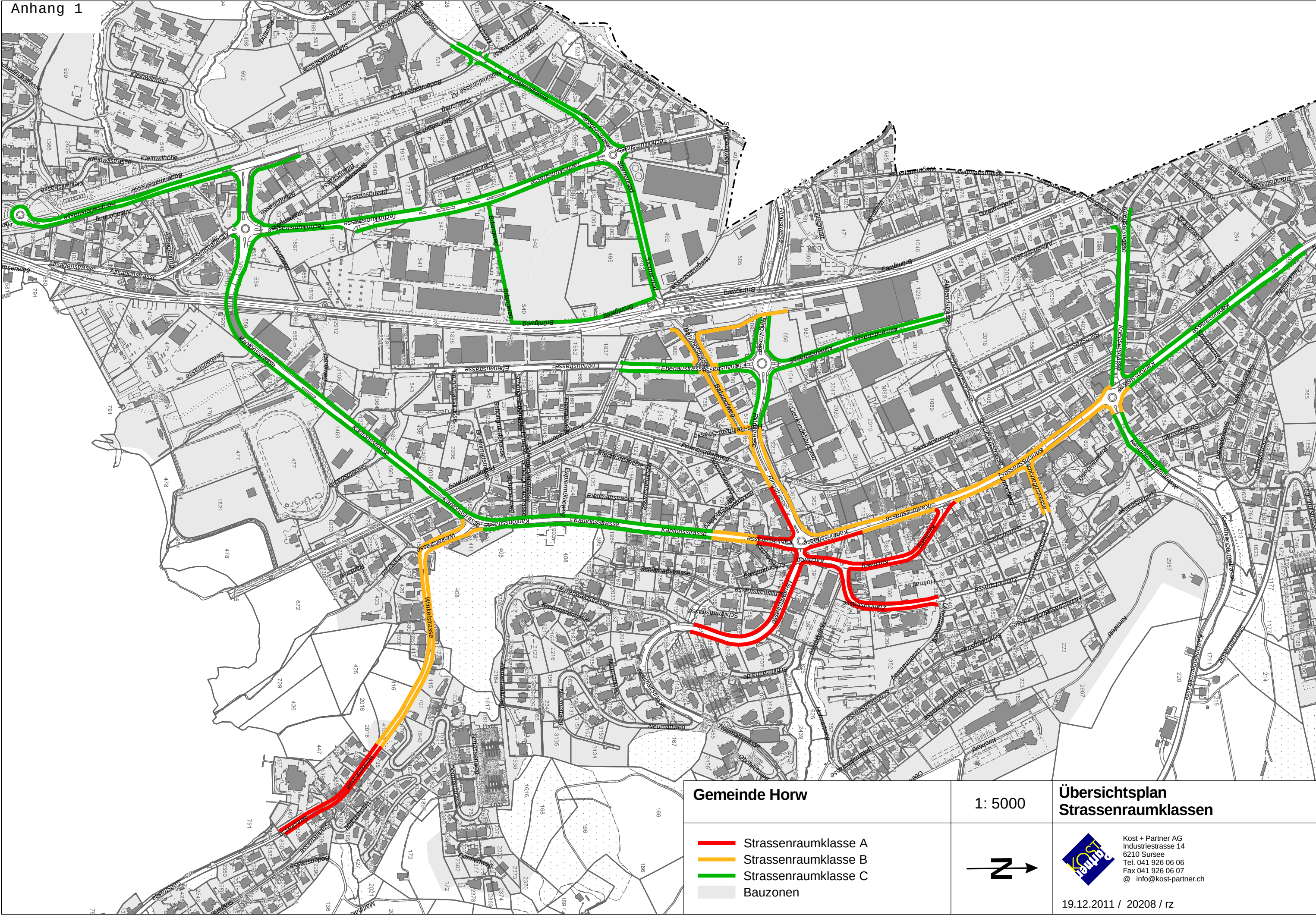
A n h a n g 4

KANTONALE WEGLEITUNG FÜR STRASSENREKLAMEN

(Separatdruck)

Änderungen Richtlinien Bewilligung von Reklameanlagen vom ...

Nr. der Änderung	Datum	Geänderte Stellen	Art der Änderung



Raumentwicklung, Wirtschaftsförderung und Geoinformation (rawi)

Murbacherstrasse 21

6002 Luzern

Telefon 041 228 51 83

Telefax 041 228 64 93

rawi@lu.ch

www.rawi.lu.ch

Wegleitung für Strassenreklamen



1. Zweck

Diese Wegleitung dient den Gesuchstellern / Planern als Arbeitshilfe und den zuständigen Behörden als Entscheidungshilfe bei der Beurteilung von Reklamen. Die Behörde kann in begründeten Fällen davon abweichen.

2. Rechtliche Grundlagen

Diese Wegleitung stützt sich auf strassenverkehrs- und baurechtliche Vorschriften des Bundes wie auch des kantonalen Rechts.

Stufe Bund

- ☞ Strassenverkehrsgesetz (SVG, SR 741.01; Art. 6)
- ☞ Signalisationsverordnung (SSV, SR 741.21; Art. 95 ff.)
- ☞ Bundesgesetz über die Raumplanung (RPG, SR 700; Art. 22 ff.)
<http://www.admin.ch/ch/d/sr/sr.htm>

Stufe Kanton

- ☞ Planungs- und Baugesetz (PBG; SRL Nr. 735)
- ☞ Planungs- und Bauverordnung (PBV; SRL Nr. 736)
- ☞ Reklameverordnung (RV, SRL Nr. 739)
- ☞ Beschluss des Regierungsrats über die Zuständigkeit zur Erteilung von Reklamebewilligungen (SRL Nr. 739a)
<http://www.srl.lu.ch/sk/srl/default/first.htm>

Stufe Gemeinde

- ☞ Bau- und Zonenreglement (BZR)

3. Geltungsbereich

Unter diese Wegleitung fallen alle Strassenreklamen im Sinne von Art. 95 Abs. 1 SSV, welche sich im Wahrnehmungsbereich von Kantons-, Gemeinde- und Privatstrassen im Gemeingebrauch befinden.

4. Begriffe

Reklamen (Art. 95 Abs. 1 SSV, § 3 Abs. 1 RV)

Reklamen sind Einrichtungen und Ankündigungen, die namentlich mittels Schrift, Form, Farbe, Ton und Licht der Werbung dienen.

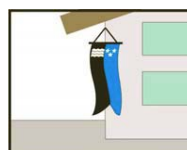
Strassenreklamen (Art. 95 Abs. 1 SSV, § 3 Abs. 2 RV)

Als Strassenreklamen gelten Reklamen, die sich im Wahrnehmungsbereich der Fahrzeugführenden befinden, während diese ihre Aufmerksamkeit dem Verkehr zuwenden.

Nicht als Strassenreklamen gelten:



informative Anschriften



Heraldische Fahnen



Fassadenschmuck

Eigenreklamen (§ 3 Abs. 3 und § 18 RV)

Eigenreklamen werben für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen, Ideen und dergleichen, die mit dem Standort der Reklame in einem örtlichen Zusammenhang stehen.

- ☞ Pro Betrieb oder Firma ist eine Eigenreklame je Fassade zulässig. An der strassenseitigen Fassade sind weitere Firmenanschriften gestattet, wenn sie parallel zur Strasse angebracht werden.

Fremdreklamen (§ 3 Abs. 4 und § 19 Abs. 1 RV)

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

- ☞ Fremdreklamen dürfen grundsätzlich nur an bewilligten Reklameanschlagstellen angebracht werden.
- ☞ Fremdreklamen sind ausserhalb der Bauzonen nicht gestattet.

Firmenanschriften (Art. 95 Abs. 2 SSV, § 3 Abs. 5 und § 20 RV)

Firmenanschriften sind Strassenreklamen, bestehend aus dem Firmennamen, dem oder den Branchen hinweisen (z. B. «Baustoffe», «Gartenbau») und gegebenenfalls einem Firmensignet, welche am Gebäude der Firma selbst oder in dessen unmittelbarer Nähe angebracht sind.

- ☞ Pro Betrieb oder Firma sind abhängig von der Grösse der Fassade höchstens zwei Firmenanschriften je Fassade zulässig. An der strassenseitigen Fassade sind weitere Firmenanschriften gestattet, wenn sie parallel zur Strasse angebracht werden.
- ☞ Eigenreklamen können wegen ihrer Standortgebundenheit (Art. 24 RPG) auch ausserhalb der Bauzonen angebracht werden.

Reklameanschlagstellen (§ 3 Abs. 6 RV)

Reklameanschlagstellen sind dauernde Einrichtungen wie Anschlagwände und -säulen zum wechselnden Anschlag von Fremdreklamen auf öffentlichem oder privatem Grund.

- ☞ Reklameanschlagstellen sind ausserhalb der Bauzonen grundsätzlich nicht gestattet.

5. Bewilligungspflicht

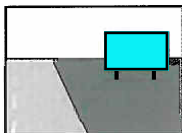
Grundsätzliche Bewilligungspflicht

Gemäss Art. 99 Abs. 1 SSV bedarf das Anbringen und Ändern von Strassenreklamen einer Bewilligung der nach kantonalem Recht zuständigen Behörde. Der Regierungsrat hat mit Beschluss vom 28. November 2000 die Kompetenz zu Erteilung von Reklamebewilligungen sämtlichen Gemeinden übertragen.

Für eine **künstlich geschaffene Einrichtung**, die dem Anbringen, Ersetzen und Ändern einer Reklame dient (z.B. Plakatsäule, Plakatwand, Steele, usw.), ist eine kommunale **Baubewilligung** nach § 184 PBG **erforderlich**. Gegebenenfalls (z.B. wegen eines Unterabstands zu einer Kantonsstrasse oder einem Gewässer) ist zusätzlich eine kantonale Bewilligung nötig.

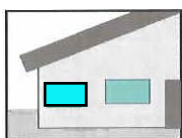
Bewilligungsfreie Reklamen

Nach § 6 RV bedürfen unter dem Vorbehalt der bundesrechtlichen Regelung für Strassenreklamen keiner Reklamebewilligung:



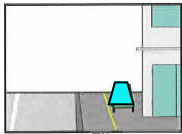
(§ 6 lit. a)

Fremdreklamen an baubewilligten Reklameanschlagstellen



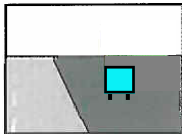
(§ 6 lit. b)

Unbeleuchtete, flach an der Fassade angebrachte **Firmenanschriften** von höchstens 0.5 m²



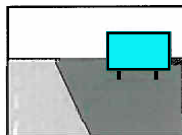
(§ 6 lit. c)

Reklamen für besondere **Verkaufs- und Dienstleistungsangebote** von höchstens 1,2 m²



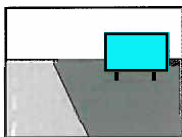
(§ 6 lit. d)

Reklamen für örtliche Veranstaltungen wie gesellschaftliche oder sportliche Anlässe, Ausstellungen usw. von höchstens 1,2 m² während 6 Wochen vor und 5 Tagen nach der Veranstaltung



(§ 6 lit. e)

Reklamen für Wahlen und Abstimmungen von höchstens 3,5 m² während 6 Wochen vor und 5 Tagen nach dem Wahl- oder Abstimmungstag



(§ 6 lit. f)

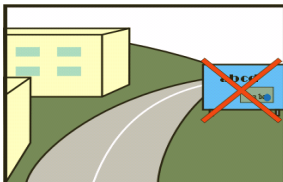
Reklamen, die während der Bauzeit über den Bau, die Bauherrschaft, die am Bau beteiligten oder vom Bau betroffenen Unternehmen und Firmen orientieren (**Baustelleninformationswand**).

Nach § 61 Abs. 2 lit. j PBV bedürfen die in § 6 lit. d und e RV angeführten Reklamen in der Regel keiner Baubewilligung. Die Baubewilligungspflicht ist aber gegeben, wenn nach dem gewöhnlichen Lauf der Dinge ein Interesse der Öffentlichkeit oder der Nachbarn besteht, die Übereinstimmung mit den öffentlich-rechtlichen Bau- und Nutzungsvorschriften vorgängig zu kontrollieren (vgl. § 61 Abs. 1 PBV).

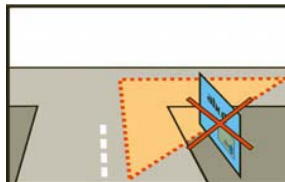
6. Verkehrssicherheit

Gemäss Art. 96 SSV sind Strassenreklamen untersagt, wenn sie die Verkehrssicherheit beeinträchtigen. Eine derartige Beeinträchtigung ist grundsätzlich in den nachfolgend dargestellten Fällen gegeben. Die Aufzählung in Art. 96 SSV und die nachfolgende Darstellung möglicher Fälle sind nicht abschliessend.

Hinweis: Sämtliche Distanzangaben gelten als Richtwerte. Die Distanzen können in begründeten Fällen erhöht oder reduziert werden.

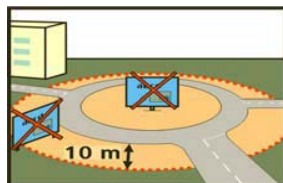


Art. 96 Abs. 1 lit. a SSV, SN 640 273

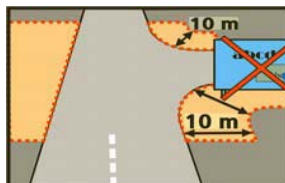


Art. 96 Abs. 1 lit. a SSV, SN 640 273

In Sichtzonen (gemäss den Normen des Schweizerischen Verbands der Strassen- und Verkehrsfachleute [VSS]).

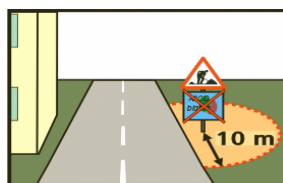


Art. 6 Abs. 1 SVG

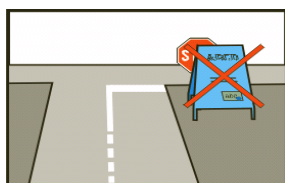


SN 640 273

Bei Kreiseln und Verzweigungen

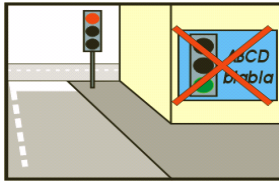


Art. 6 Abs. 1 SVG, Art. 97 Abs. 1 SSV

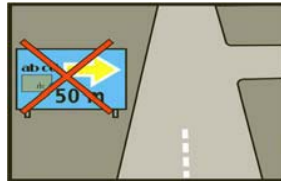


Art. 96 Abs. 1 lit. d SSV

An Signalen oder ihrer unmittelbaren Nähe



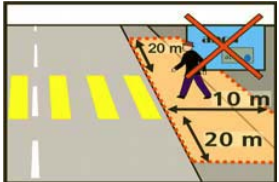
Art. 96 Abs. 1 lit. c SSV



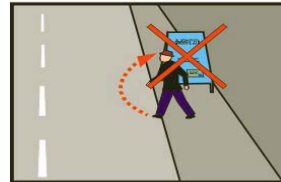
Art. 96 Abs. 2 lit. d SSV

Mögliche Verwechslung mit Markierungen oder Signalen.

Als Wegweiser Herabsetzung der Wirkung von Signalen oder wegweisenden Elementen



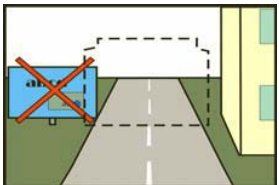
Art. 96 Abs. 1 lit. a SSV



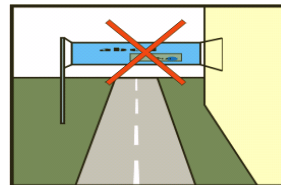
Art. 96 Abs. 1 lit. b SSV

Bei Fussgängerstreifen.

Behinderung der Fussgänger auf Verkehrsflächen für Fussgänger.



Art. 96 Abs. 2 lit. a SSV



Art. 6 Abs. 1 SVG, Art. 96 Abs. 1 SSV

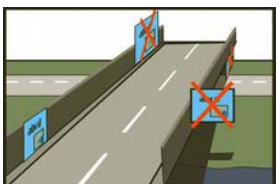
Eindringen in das Lichtraumprofil der Strasse (VSS-Norm).

Über die Fahrbahn gespannt.

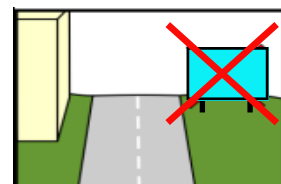


Art. 96 Abs. 2 lit. c SSV

In signalisierten Tunneln und Unterführungen ohne Gehweg.



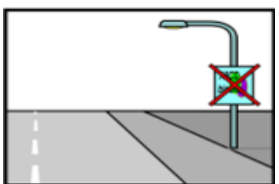
Art. 6 Abs. 1 SVG



Art. 6 Abs. 1 SVG

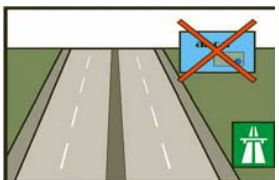
An / Auf Brücken über Strassen. Bei anderen Brücken sind Reklamen nur parallel zu Brücke und nicht höher als die Brüstung erlaubt.

Im Bereich von Kuppen.



An Kandalabern und ähnlichen Anlagen.

Besondere Regeln gelten im Bereich von Autobahnen und Autostrassen:



Art. 98 SSV

Im Bereich von Autobahnen und Autostrassen sind Strassenreklamen aufgrund der Verkehrssicherheit grundsätzlich nicht gestattet.

Ausnahme: Firmenanschriften

Hinweis: Die Zuständigkeit des Bundesamtes für Strassen ASTRA ist zu berücksichtigen.

Beleuchtung

Die Beleuchtung einer Strassenreklame kann die Verkehrssicherheit ebenfalls beeinträchtigen. Namentlich in folgenden Fällen handelt es sich um eine verkehrsgefährdende und somit unzulässige Beleuchtung:



Art. 6 Abs. 1 SVG, Art. 96 Abs. 1 lit. d SSV



Art. 6 Abs. 1 SVG

Reflektierende, selbstleuchtende, blendende, blinkende oder durch wechselnde Lichteffekte wirkende Reklame.

Bewegte oder projizierte Reklame.



Art. 6 Abs. 1 SVG

Beleuchtete Reklame an sonst unbeleuchteten Orten.

Sofern die unmittelbare Umgebung beleuchtet ist, entsteht durch die Beleuchtung der Reklame keine zusätzliche Ablenkung

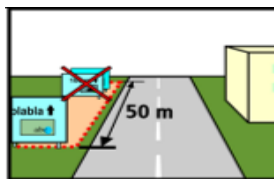
Abstandsvorschriften

Es gilt im Einzelfall zu prüfen, wie gross der Abstand zum Fahrbahnrand sein muss, damit die Verkehrssicherheit gewahrt ist. Zentral für die Beurteilung sind insbesondere der Standort in Zusammenhang mit der dortigen Verkehrssituation, die Strassenanlage und die Grösse der Strassenreklame.

Zur Wahrung der Verkehrssicherheit gelten für freistehende Strassenreklamen grundsätzlich die Mindestabstände gemäss § 84 Abs. 2 des Strassengesetzes (StrG; § 16 Abs. 1 RV). Sofern weder die Verkehrssicherheit noch ein künftiger Strassenausbau beeinträchtigt ist, sind Ausnahmen von der zuständigen Behörde zu bewilligen (§ 88 StrG). Die nachstehenden Mindestabstände gelten dabei als Richtwerte:

Reklamefläche	Mindestabstand ab Fahrbahnrand	Mindestabstand ab Aussenkante Trottoir Rad- oder Gehweg
bis 7 m ²	3 m	1 m
bis 14 m ²	6 m	4 m
über 14 m ²	10 m	8 m

Reklameanhäufungen



Fahrzeuglenkende dürfen nicht über eine längere Strecke permanent der Einwirkung von Reklamen unterworfen sein, da sonst eine übermässige, verkehrsgefährdende Ablenkung möglich ist.

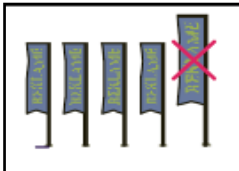
Zwischen einzelnen Reklamen oder Reklamengruppen ist ein Freiraum von mindestens 50 m einzuhalten. Ausgenommen sind Wahl- und Abstimmungsplakate sowie Eigenreklamen.

Fahnen und Fahnengruppen



Aus Gründen der Verkehrssicherheit sind nur gespannte Knatterfahnen an Einzelmasten oder an Auslegern von Gebäudefassaden zulässig.

Innerhalb einer Fahnengruppe müssen alle Fahnen dieselbe Grösse aufweisen. Der gegenseitige Abstand der einzelnen Fahnen innerhalb einer Fahnengruppe darf höchstens 5 m betragen. Eine Fahnengruppe darf aus maximal 5 Fahnen bestehen.



Es gelten die allgemeinen Abstandsvorschriften (vgl. Ziffer 6). Die Fläche der einzelnen Fahne ist massgebend.

Grossreklamen

Strassenreklamen, die über 40 m² gross sind, sind

- als Fremdreklamen unzulässig,
- als Eigenreklamen grundsätzlich bewilligungsfähig, wenn sie die Verkehrsteilnehmenden nicht ablenken.

7. Hinweise

Strassenreklamen ausserhalb der Bauzonen

Ausserhalb des Baugebiets sind Strassenreklamen in der Regel unzulässig. Sie können zugelassen werden, wenn die Zonenkonformität, die Standortgebundenheit oder ein Zusammenhang mit der Bestandesgarantie gegeben ist.

Kommunale Vorschriften

Neben den strassenverkehrsrechtlichen sind auch die kommunalen Vorschriften, insbesondere ergänzende Vorschriften über Reklamen (§ 4 RV) sowie planungs- und baurechtliche Vorschriften (§ 15 Abs. 3 RV) zu beachten.

Entfernen unzulässiger Strassenreklamen

Die Gemeinde als Bewilligungsbehörde sorgt dafür, dass verkehrsgefährdende Reklamen entfernt werden. Die Luzerner Polizei sowie die Dienststellen Verkehr und Infrastruktur (vif) und Raumentwicklung, Wirtschaftsförderung und Geoinformation (rawi) unterstützen die Gemeinden beim Vollzug der Vorschriften über die Strassenreklamen.

8. Bewilligungsverfahren

Bewilligungsbehörde

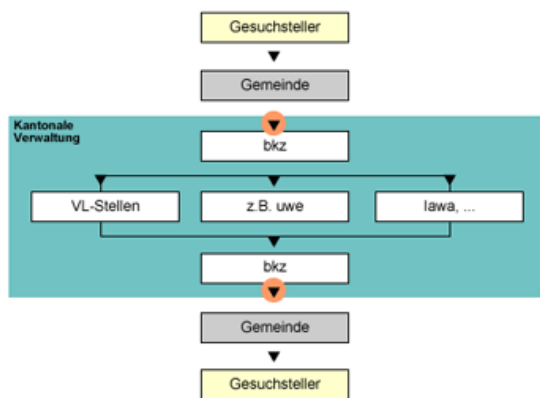
Bewilligungsbehörde (Baubewilligung) für **künstlich geschaffene Reklameeinrichtungen** ist die **Gemeinde** (§ 196 PBG). In der Regel ist das Baubewilligungsverfahren das massgebende Leitverfahren und der Gemeinderat die zuständige Leitbehörde im Sinne von § 192a PBG. Zuständige Behörde für kantonale Bewilligungen (z.B. Unterabstand zu Kantonsstrasse oder Gewässer) ist in der Regel die Dienststelle Raumentwicklung, Wirtschaftsförderung und Geoinformation (rawi; § 64 Abs. 3 lit. b PBV).

Bewilligungsbehörde (Reklamebewilligung) **für das Anbringen, Ersetzen und Ändern von Reklamen und Reklameanschlagstellen** ist die **Gemeinde** (Beschluss des Regierungsrats über die Zuständigkeit zur Erteilung von Reklamebewilligungen vom 28. November 2000).

Bewilligungsgesuche

Das **Baugesuch** für künstlich geschaffene Reklameeinrichtungen ist mit den für eine Prüfung und Beurteilung des Bauvorhabens erforderlichen Beilagen in der jeweils notwendigen Anzahl, mindestens aber dreifach, der **Gemeinde** einzureichen (§ 188 PBG). Umfang und Beilagen richten sich nach den Bestimmungen des § 62 PBV. Diesbezüglich wird auf die Wegleitung „Baueingabe und Baubewilligungsverfahren“ verwiesen.

Verfahrensablauf



Nach Eingang des Gesuchs prüft die Gemeinde, ob das Gesuch den formellen Anforderungen genügt. Ist dies nicht der Fall, ist für die Behebung der Mängel eine Frist anzusetzen (§ 192 PBG, § 10 RV).

Sofern durch die Reklameanlage **kantonale Interessen** (Abstände zu Kantonsstrassen, Gewässer, usw.) tangiert werden, ist das Bau- und Reklamegesuch der **Bewilligungs- und Koordinationszentrale (bkz)** zur Beurteilung einzureichen.

Die bkz überweist der Gemeinde nach Abschluss der Beurteilung die kantonale Stellungnahme und den allenfalls erforderlichen kantonalen Einheitsentscheid zur gleichzeitigen Eröffnung mit dem kommunalen Entscheid (Bau- und Reklamebewilligung).

Bewilligungsentscheid / Geltungsdauer

Die Bewilligungsbehörde (Gemeinde) entscheidet über das Reklamegesuch, sobald der allenfalls erforderliche kantonale Entscheid bzw. die kantonale Stellungnahme vorliegt oder die dafür gesetzte Frist unbenützt abgelaufen ist.

Ist neben der **Reklamebewilligung eine kommunale Baubewilligung erforderlich**, so ist darüber entsprechend den Koordinationsvorschriften des Planungs- und Baugesetzes gleichzeitig in einer Verfügung zu entscheiden.

Die **Bewilligungsbehörde** (Gemeinde) bestimmt im Entscheid **die Geltungsdauer der Reklamebewilligung**. Diese verlängert sich jeweils um ein Jahr, wenn die Bewilligungsbehörde nicht 90 Tage vor Ablauf der Geltungsdauer etwas anderes verfügt (§ 12 Abs. 1 RV).