



Richtlinien für die Bewilligung von Reklameanlagen

vom 8. Juni 2007

Inhaltsverzeichnis

Seite

1. Inhalt und Zweck	3
2. Geltungsbereich	3
3. Grundsätze	
3.1 Allgemeine Grundsätze	4
3.2 Fremdreklamen	4
3.3 Eigenreklamen/Firmenanschriften	4
3.4 Reklameanschlagstellen	5
4. Strassenraumklassen und Reklamebeschränkungen	5
5. Anordnung und Abstände	5
6. Temporäre Reklamen	6
7. Reklamen für Wahlen und Abstimmungen	6
8. Befristung	6
9. Inkrafttreten	7
Anhang 1	
Übersicht Einordnungskriterien und Einschränkungen	8
Anhang 2	
Übersichtskarte Strassenraumklassen	9
Anhang 3	
Erläuterungen / Definitionen	10

Gestützt auf § 4 der Reklameverordnung und Art. 55 des Bau- und Zonenreglementes (BZR) der Einwohnergemeinde Stadt Sempach vom 31. Mai 2007 erlässt der Stadtrat Sempach folgende

Richtlinien für die Bewilligung von Reklameanlagen

1. Inhalt und Zweck

Die vorliegenden Richtlinien dienen der Beurteilung von Reklameanlagen. Sie enthalten Grundsätze über die Verteilung und die Anordnung der Reklameanlagen.

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

Mit den Richtlinien soll im Sinne von § 15 Abs. 1 lit c der kant. Reklameverordnung die Altstadt von Sempach, die gemäss Inventar der Kulturgüter ein Ort von nationaler Bedeutung ist, sowie deren Umgebung mit weiteren geschützten Objekten (Kirchbühl und Schlachtfeld), vor übermässigen und störenden Reklamen bewahrt werden.

Im Interesse des Orts-, Denkmal- und Landschaftsschutzes werden Reklameanlagen nicht bewilligt, die sich infolge ihrer Grösse, Ausführung, Farbe, Wirkung und Häufung nicht in die Umgebung einordnen, resp. wenn sie das Landschafts- und Ortsbild oder Bauten von historischer und architektonischer Bedeutung stören.

2. Geltungsbereich

Die Richtlinien gelten für alle Reklameanlagen auf öffentlichem und privatem Grund im Sinne von § 3 der kantonalen Reklameverordnung.

Die vom Stadtrat festgesetzten Richtlinien sind behördenverbindlich. Sie dienen als Grundlage für die Beurteilung von Reklameanlagen. Allgemeine Grundsätze gelten für das ganze Siedlungsgebiet. Spezifische Einordnungskriterien für die Reklameanlagen ergeben sich aus der Strassenraumklassierung (siehe Ziffer 4).

Ausnahmen von den Richtlinien und Einschränkungen gemäss Strassenraumklassen sind möglich für nicht kommerzielle, öffentliche Plakatstellen wie beispielsweise jene für Kampagnen.

3. Grundsätze

3.1 Allgemeine Grundsätze

Ausserhalb der Bauzone sind nach dem Raumplanungsgesetz (RPG) keine Reklameanlagen zulässig, da die Standortgebundenheit nicht gegeben ist und somit keine Ausnahmegewilligung nach Art. 24 c RPG erteilt werden kann. Vorbehalten sind Ausnahmen nach Ziffer 3.2.

Keiner Bewilligung bedürfen in der Regel folgende Strassenreklamen:

- Fremdreklamen an Reklameanschlagstellen
- unbeleuchtete, flach an der Fassade angebrachte Firmenanschriften von höchstens 0.5 m².
- Reklamen für besondere Verkaufs- und Dienstleistungsangebote von höchstens 1.2 m².
- Reklamen für örtliche Veranstaltungen wie gesellschaftliche oder sportliche Anlässe, Ausstellungen, Wahlen usw. von höchstens 1.2 m².
- Temporäre Reklamen für örtliche Veranstaltungen wie gesellschaftliche oder sportliche Anlässe, Ausstellungen, Wahlen an den im Übersichtsplan festgelegten Standorten mit einer maximalen Grösse von ca. 2.50 m x 2.50 m.
- Reklamen, die während der Bauzeit über den Bau, die Bauherrschaft, die am Bau beteiligten oder vom Bau betroffenen Unternehmungen und Firmen orientieren bis längstens zum Bezug der Gebäulichkeiten.

3.2 Fremdreklamen

- Die Dimension von Bauten und die Massstäblichkeit der Umgebung bestimmen die Anzahl und die Grösse der Reklameanlagen. Der Stadtrat bezeichnet im Bewilligungsverfahren zulässige Reklamengrössen und Reklameträger.
- Ausserhalb der Bauzone sind Fremdreklamen nur in Personenunterständen und offiziellen Anschlagstellen zulässig.
- Die Zufahrtsstrassen zur Altstadt von Sempach müssen von Fremdreklamen frei bleiben.
- Zusammenhängende private Grünräume und Vorgärten müssen von Fremdreklamen frei bleiben.
- Wenn möglich sind Reklameanschlagstellen in bestehende Bauten (z.B. Personenunterstand) zu integrieren.
- Beleuchtete und/oder Wechsel-Reklameanschlagstellen ausserhalb von Gebäuden werden nicht bewilligt.

3.3 Eigenreklamen/Firmenanschriften

- Eigenreklamen und Firmenanschriften sind auf ein Minimum zu beschränken.
- Pro Betrieb ist eine Firmenanschrift oder Eigenreklame zulässig. Über die Grösse, weitere Firmenanschriften und Eigenreklamen entscheidet der Stadtrat von Fall zu Fall in Abhängigkeit zur Grösse des Betriebes. Pro Betrieb und Fassade sind jedoch höchstens zwei Anschriften zulässig.
- Leuchtreklamen sind ausschliesslich an den Fassenden oder auf dem Dach zulässig. Freistehende Leuchtreklamen sind in der Regel nicht zulässig. Vorbehältlich weitergehender nachbarrechtlicher Einschränkungen nach dem Schweizerischen Zivilgesetzbuch ist die Beleuchtung, sofern sie zu Immissionen in angrenzende Wohnungen führt, um 22.00 Uhr auszuschalten.

3.4 Reklameanschlagstellen

- Das Anbringen von Plakaten auf privatem und öffentlichem Grund und an privaten und öffentlichen Gebäuden und Anlagen ist grundsätzlich untersagt.
- Die Stadt Sempach bezeichnet spezielle Stellen, an welchen das Anbringen von Plakaten für Anlässe und Veranstaltungen zulässig ist. Die Standorte sind im Übersichtsplan eingetragen.

4. Strassenraumklassen und Reklamebeschränkungen

Die öffentlichen Strassenräume des Siedlungsgebiets der Stadt Sempach werden in folgende vier Klassen A - D mit unterschiedlichen Einschränkungen und Anforderungen unterteilt:

Klasse A	untergeordnete Erschliessungsstrassen, reine Wohngebiete
Klasse B	Altstadt und Umgebungsbereich, Kirchbühl
Klasse C	Zufahrtsstrassen zur Altstadt
Klasse D	Zwischenräume z.B. Ortsrand und Autobahnzubringer

Begründete Ausnahmen der Strassenraumklassen-Beschränkung sind zulässig. Über Ausnahmen entscheidet der Stadtrat.

Die Übersicht der Strassenraumklassen mit den Einordnungskriterien und den zugewiesenen Einschränkungen findet sich im Anhang 1, die entsprechenden Strassenabschnitte sind in Anhang 2 ersichtlich. Allgemeine Erläuterungen finden sich im Anhang 3.

5. Anordnung und Abstände

Die Reklameanschlagstellen haben in der Regel folgende Strassenabstände einzuhalten:

parallel oder rechtwinklig zur Strasse:	min. 3.00 m vom Fahrbahnrand und 0.30 m vom Trottoirrand oder 0.60 m vom Radwegrand.
---	--

Anderweitige Anordnungen sind möglich, wenn die Situation dies erfordert und dadurch der Aussenraum aufgewertet wird. Die strassengesetzlichen Abstandsregeln und allfällige Baulinien sind in jedem Fall vorrangig zu berücksichtigen.

6. Temporäre Reklamen

Für temporäre Reklamen wie Anlässe und Veranstaltungen sind von der Stadt Sempach spezielle Standorte bezeichnet. An diesen Standorten aufgestellte temporäre Reklamen bedürfen keiner Bewilligung. Es sind jedoch folgende Bedingungen einzuhalten:

- Sponsorenfläche darf nicht überwiegen
- Keine Beleuchtung und reflektierende Farben
- Aushängefristen (14 Tage vor bis spätestens 3 Tage nach dem Anlass)
- Die Grösse darf im Maximum ca. 2.50 m x 2.50m betragen.

Die Standorte sind im Übersichtsplan mit den Strassenraumklassen in Anhang 2 bezeichnet.

7. Reklamen für Wahlen und Abstimmungen

Reklamen im Zusammenhang mit Wahlen und Abstimmungen sind nicht bewilligungspflichtig. Es sind folgende Bestimmungen einzuhalten:

- Reklamen für Wahlen und Abstimmungen dürfen als Ausnahme entlang der Zufahrtsstrassen zur Altstadt und in der Landwirtschaftszone aufgestellt werden.
- Sie dürfen maximal drei Wochen vor den Wahlen und Abstimmungen aufgestellt werden und sind spätestens innert einer Woche nach dem Termin wieder abzuräumen.
- Die Reklamen haben zum Strassenrand einen Abstand von mindestens 6.00 m aufzuweisen und dürfen die Sicht nicht behindern.
- Die Einwilligung für das Aufstellen der Reklame ist durch den Veranstalter beim jeweiligen Grundeigentümer einzuholen.
- Das Aufstellen von Reklamen für Wahlen und Abstimmungen im Bereich der temporären Reklamestandorte der Einwohnergemeinde Stadt Sempach ist zulässig.
- Reklamen, welche die vorgenannten Bedingungen bezüglich Dauer und Standort nicht erfüllen, werden nach vorgängiger Rückmeldung an den Veranstalter durch die Werkdienste der Einwohnergemeinde Stadt Sempach entfernt.

8. Befristung

Die Reklamebewilligung wird in der Regel befristet auf 5 Jahre erteilt.

9. Inkrafttreten

Diese Richtlinien treten am 8. Juni 2007 in Kraft.

Sempach, 8. Juni 2007

Stadtrat Sempach

Andreas Frank, Stadtpräsident

Edith Meier, Stadtschreiberin

An der Sitzung vom 25. März 2010 wurde Ziff. 7 angepasst bzw. ergänzt.

Sempach, 25. März 2010

Stadtrat Sempach

Franz Schwegler, Stadtpräsident

Edith Meier, Stadtschreiberin

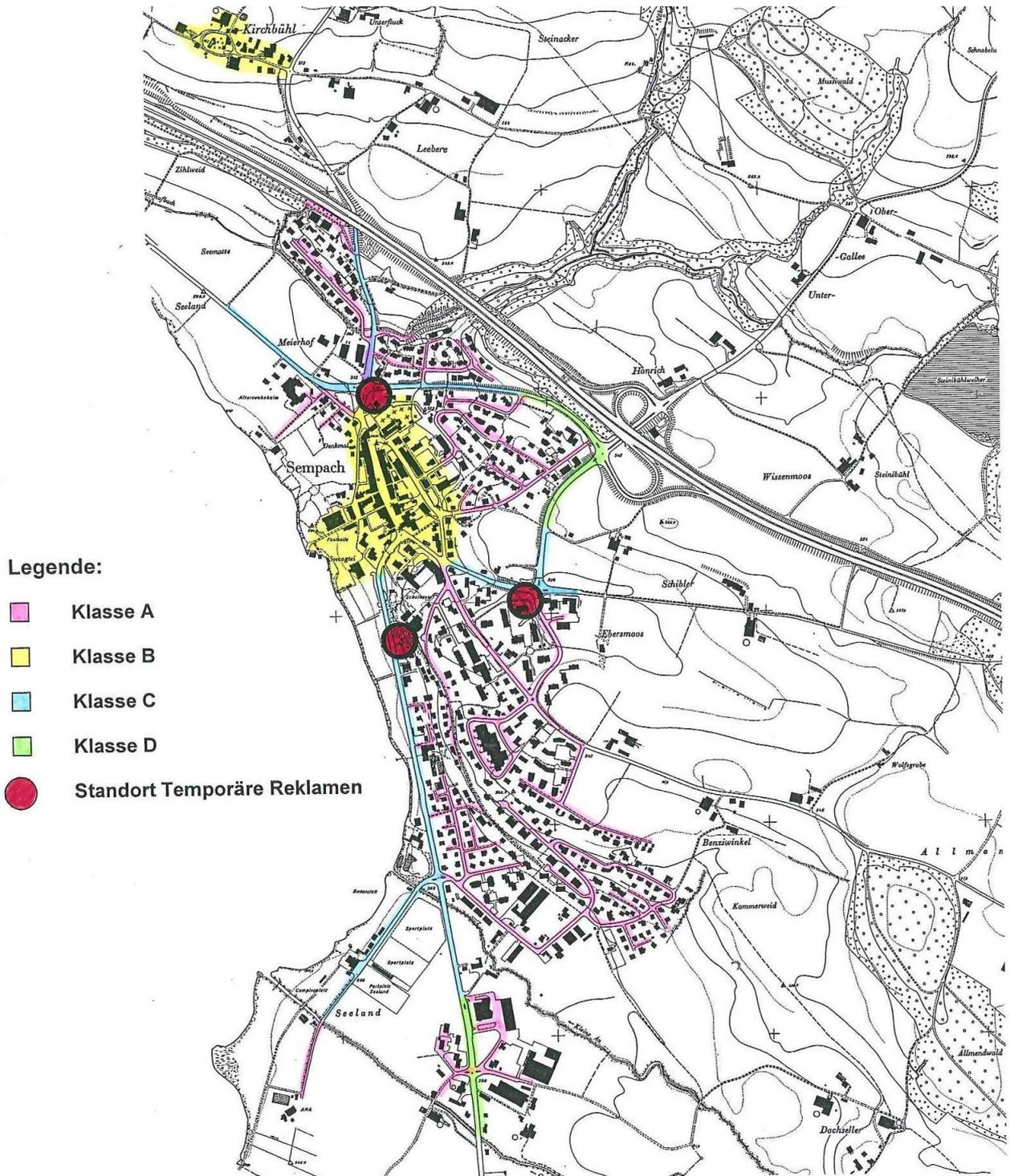
Anhang 1

Übersicht Einordnungskriterien und Einschränkungen

Strassenraumklassen	Art der Einschränkung für Fremdreklamen	Beschreibung der Orte	Anforderungen an die Einpassung
Klasse A	Keine Werbestandorte; keine Fremdreklamen; höchstens lokale und kulturelle Aushänge	Untergeordnete Erschliessungsstrassen und reine Wohngebiete	
Klasse B	Keine Werbestandorte; keine Fremdreklamen; Firmenanschriften und Eigenreklamen mit Auflagen möglich	Altstadt und Umgebung, Weiler Kirchbühl	Das Anbringen von Reklamen und Beschriftungen ist nach Art. 18 BZR bewilligungspflichtig. Leuchtreklamen sind nicht gestattet. Für Restaurants und Gaststätten sind bei entsprechender Gestaltung Ausnahmen möglich. Hinterleuchtete Firmenanschriften sind parallel zur Fassade anzubringen und nur gestattet, wenn sie das Ortsbild nicht beeinträchtigen. Rechtwinklig an die Fassade angebrachte unbeleuchtete Firmenanschriften sind im Bereich der Neubaugebiete Oberstadt zulässig. Aushänge für lokale und kulturelle Anlässe sind zulässig. Die Gestaltung ist mit der Altstadtkommission abzusprechen.
Klasse C	Keine Fremdreklamen; Firmenanschriften und Eigenreklamen zulässig	Zufahrtsstrassen zur Altstadt von Sempach	Die Anzahl der Eigen- und Firmenreklamen ist auf das Minimum zu beschränken. Die wenigen Eigenreklamen und Firmenreklamen sollen sich gut in das Umfeld integrieren und sich in die städtebaulichen Ordnungsprinzipien integrieren.
Klasse D	Geringe Einschränkungen; In die Umgebung einordnen	Zwischenräume, z.B. Zubringer Autobahn	Diese Strassenraumabschnitte weisen ein heterogenes Raum- und Nutzungsmuster auf. Die räumliche Definition weist keine einheitliche Struktur auf. Die Reklameanschlagstellen in kommerzieller Umgebung haben sich in die räumlichen Verhältnisse einzuordnen.

Anhang 2

Übersichtskarte Strassenraumklassen



Anhang 3

Erläuterungen / Definitionen

Definitionen

- **Reklameanlagen** sind alle durch Schrift, Bild, Form, Licht und Ton der Werbung dienende, dauernd oder befristet erstellte Einrichtungen oder Ankündigungen.
- **Strassenreklamen** sind Reklamen, die der Fahrzeugführer oder die Fahrzeugführerin von öffentlichen Strassen aus wahrnehmen kann.
- **Fremdreklamen** sind Reklameanlagen, die in keinem solchen örtlichen Zusammenhang stehen.
- **Firmenanschriften** bestehen aus dem Firmennamen sowie gegebenenfalls dem Branchenhinweis und dem Firmensignet. Sie sind am Gebäude selbst oder dessen unmittelbaren Nähe angebracht.
- **Eigenreklamen** werben für Firmen und Betriebe sowie deren Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen, Ideen und stehen mit dem Standort der Reklame in einem örtlichen Zusammenhang.
- **Reklameanschlagstellen** sind dauernde oder befristete Einrichtungen zum wechselweisen Anschlag von Plakaten auf privatem oder öffentlichem Grund und dienen der kommerziellen Werbung.
- **Temporäre Reklamen** werben für Anlässe und Veranstaltungen oder stehen im Zusammenhang mit Wahl- oder Abstimmungsterminen.