



Aarburg
zentral ideal!

Reklamereglement

vom 24. November 2017

A. Gesetzliche Grundlagen

Die Einwohner-Gemeindeversammlung Aarburg,
gestützt auf § 20 Absatz 2 lit. i des Gesetzes über die Einwohnergemeinden (Gemeindegesezt, GG) vom 19. Dezember 1978, Stand 1. Januar 2014 und § 42 Absatz 2 des Gesetzes über Raumentwicklung und Bauwesen (Baugesezt, BauG) vom 19. Januar 1993, Stand 1. August 2013 sowie § 37 der Bau- und Nutzungsordnung (BNO) der Gemeinde Aarburg vom 15. Mai 2002, Stand 23. März 2016,

beschliesst das folgende

B. Reklamereglement

I. Allgemeine Bestimmungen

§ 1

Geltungsbereich

Dieses Reglement gilt für alle Reklamen auf dem Gemeindegebiet der Gemeinde Aarburg, ausgenommen solcher, die den öffentlichen Grund vorübergehend benützen (temporäre Reklamen gemäss § 3e).

§ 2

Zweck

¹ Das Reglement und der Plakatierungsplan bezwecken:

- mengenmässige Beschränkung von Reklamen auf bestimmte Standorte und Einrichtungen, auf ein für das Ortsbild verträgliches Mass;
- eine gute Einordnung von Reklamen ins Orts-, Strassen- und Landschaftsbild;
- den Schutz von Baudenkmalern, der Wohnqualität und der Verkehrssicherheit.

§ 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.

² Eine Reklamegruppe besteht aus mehreren freistehenden Reklamen oder Fassadenreklamen, die insgesamt als Gruppe wirken.

³ Reklamen können Werbung für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen und dergleichen sein:

- a) Als Strassenreklamen gelten alle Werbeformen und andere Ankündigungen in Schrift, Bild, Licht, Ton usw., die im Wahrnehmungsbereich der Fahrzeugführenden liegen, während diese ihre Aufmerksamkeit dem Verkehr zuwenden.
- b) Eigenreklamen sind Reklamen, die für Produkte, Dienstleistungen und dergleichen werben. Sie stehen mit dem Anbringungsort in einem örtlichen und sachlichen Zusammenhang.
- c) Firmenanschriften sind Reklamen, bestehend aus Firmennamen, dem oder den Branchenhinweisen und allenfalls einem Firmensignet. Sie sind am Gebäude des Unternehmens selbst oder in dessen unmittelbarer Nähe angebracht.
- d) Fremdreklamen (Plakatwerbung) sind Reklamen, die mit dem Standort der Reklame in keinem örtlichen Zusammenhang stehen (z.B. Plakatwerbestellen).
- e) Temporäre Reklamen sind Reklamen, die zeitlich befristet in Erscheinung treten. Ein Zusammenhang mit dem Standort ist nicht unbedingt gegeben (z.B. Baureklametafeln, Wahlplakate, Veranstaltungsreklamen).

II. Bewilligungspflicht

§ 4

Allgemein

¹ Das Aufstellen und Anbringen von Reklamen, ihr Versetzen und ihre Änderung hinsichtlich Format bedarf grundsätzlich einer Baubewilligung.

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

§ 5

Geringfügige Änderungen /
keine Baubewilligungspflicht

¹ Bei geringfügigen Änderungen einer Reklame bezüglich Format, Schrift und Farbe, welche das Erscheinungsbild nicht wesentlich verändert, kann der Gemeinderat die Baubewilligungspflicht durch eine einfache Zustimmung ersetzen.

² Keiner Bewilligung bedürfen:

- a) das Anbringen und Austauschen von Plakaten an bewilligten Plakatwerbestellen;

- b) unbeleuchtete Namens- und Firmenschilder, die ausserhalb der Altstadtzone oder der zur Kernzone gehörende Teile der Vorstadt liegen, wenn sie auf den Liegenschaftsbenützer hinweisen, im Erdgeschoss angebracht sind, den öffentlichen Luftraum nicht beanspruchen und nicht grösser als 0.5 m² sind.

§ 6

Strassenreklamen

- ¹ Grundsätzlich bedürfen Strassenreklamen neben der baurechtlichen auch einer verkehrsrechtlichen Bewilligung.
² Strassenreklamen haben die Richtlinie über Strassenreklamen des Departements Bau, Verkehr und Umwelt (BVU) einzuhalten.
³ Im Weiteren sind die übergeordneten gesetzlichen eidgenössischen und kantonalen Bestimmungen zu berücksichtigen, u.a. das Strassenverkehrsgesetz SVG und die Signalisationsverordnung SSV.

§ 7

Zuständige Behörde

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.

III. Allg. Bewilligungsvoraussetzungen

§ 8

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.

§ 9

Häufung von Reklamen

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

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

§ 10

Unzulässige Reklamen

Nicht gestattet sind:

- a) vorspringende Reklamen an Erkern, Balkonen und Vordächern;
- b) Reklamen im Glasbereich von Fassaden mit einem überwiegen- den oder hohen Glasanteil;
- c) blinkende Reklamen;
- d) projizierte Reklamen;
- e) störende akustische Reklamen;
- f) raucherzeugende Installationen;
- g) Reklamen auf oder über Steildächern;
- i) Reklamen, die die Verkehrssicherheit beeinträchtigen können;
- k) an der Fassade angebrachte Fremdreklamen (Plakatwerbung).

§ 11

Fremdreklamen
(Plakatwerbung)

Fremdreklamen sind auf dem ganzen Gemeindegebiet an folgen- den Standorten zulässig:

- a) an Haltestellen des öffentlichen Verkehrs;
- b) in Fussgängerunterführungen;
- c) innerhalb von Sportanlagen;
- d) in Parkhäusern;
- e) auf bewilligten Plakatwerbbestellen, in bewilligten Schaukästen sowie den möglichen Bereichen gemäss Plakatierungsplan.

§ 12

Megaposter

¹ Megaposter sind nur an grossen Bauten mit grossflächigen Fas- saden und weiträumigem Umfeld zulässig und dürfen die Träger- fassade in der Regel nicht vollständig verdecken.

² Bewilligungen für Megaposter werden nur zurückhaltend und im Rahmen eines Gesamtkonzepts erteilt.

§ 13

Unterhalt

¹ Reklamen sind vom Bewilligungsnehmer ordnungsgemäss zu un- terhalten.

² Bei schwerwiegender Vernachlässigung der Unterhaltspflicht kann der Gemeinderat die Bewilligung widerrufen.

IV. Besondere Vorschriften (Altstadtzone)

§ 14

Anwendungsbereich

¹ Die Bestimmungen dieses Abschnitts gelten für die Altstadtzone und die zur Kernzone gehörende Teile der Vorstadt.

² Soweit die Bestimmungen dieses Abschnitts keine strengeren Anforderungen enthalten, gelten die allgemeinen Vorschriften des Abschnitts II.

§ 15

Besondere Gestaltungsgrundsätze

¹ Die Reklamen haben bezüglich Proportionen, Anordnung und Gestaltung auf die Feinmassstäblichkeit und die Gliederung der Fassaden sowie auf den Standort besonders Rücksicht zu nehmen.

² Architektonische Bauteile wie Gurtgesimse, Fensterbänke, Fenstergitter, Risalite, Schlusssteine, Zierstücke, Brüstungsgeländer und dergleichen dürfen durch Reklamen nicht überdeckt oder beeinträchtigt werden.

³ Reklamen auf Sonnenstoren und dergleichen sind grundsätzlich unzulässig. Bei entsprechend zurückhaltender und dezenter Gestaltung können im Einzelfall Reklamen auf Sonnenstoren bewilligt werden.

⁴ Reklamen dürfen in der Regel nur bis zur Unterkante der Fenster des ersten Obergeschosses angebracht werden.

⁵ Bewegliche oder blinkende Reklamen, auch in Schaufenstern, sind nicht gestattet.

§ 16

Reklameanlage an historischer Mauer

¹ Die bestehende Reklameanlage an der historischen Stützmauer an der Bahnhofstrasse (IVS.AG 38.1.2; Parzelle 559) ist integraler Bestandteil der Stützmauer. Sie ist zu unterhalten und darf nicht verdeckt oder abgebrochen werden.

² Sie ist ausschliesslich mit Plakaten im F4-Format zu bestücken.

§ 17

Fassadenreklamen

¹ An Fassaden können Reklamen in Form von unbeleuchteten, hinterleuchteten oder selbstleuchtenden Einzelbuchstaben und Firmensigneten angebracht werden.

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.

³ Auf die Fassade montierte Leuchtschriftkästen von mehr als 0.5 m² (Gesamtmass) und Wiederholungen an der gleichen Fassade sind nicht zulässig.

⁴ Auf Verlangen sind im Rahmen des Bewilligungsverfahrens massstäbliche und farbrichtige Entwürfe vorzulegen.

V. Fremdreklamen (Plakatwerbung)

§ 18

Fremdreklamen

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

§ 19

Plakatierungsintensität (Plakatierungsgebiete)

¹ Bezüglich Plakatierungsdichte ist der Plan in Anhang I massgebend.

² Die unterschiedlichen Plakatierungsgebiete sind:

- a) das Bahnhofgebiet
 - b) die Unterführungen
 - c) die Oltnerstrasse (Kantonsteil) und Bahnhofstrasse
 - d) die Oltnerstrasse (Gemeindeteil)
 - e) die Altstadt
- das übrige Gemeindegebiet

³ Neben Einzelreklameanlagen sind in allen Gebieten auch Reklamegruppen prinzipiell möglich.

§ 20

a) Bahnhofgebiet

Im Bahnhofgebiet ist eine mässige bis hohe Plakatdichte möglich. Zulässig sind alle Plakatformate gemäss Anhang. Bei hoher Plakatdichte ist nach Inkrafttreten dieses Reglements mit dem Gesuch für eine Neuanlage oder Änderung einer bestehenden Anlage ein Plakatierungskonzept vorzulegen.

§ 21

b) Unterführungen

¹ In Personenunterführungen ist eine mässige bis hohe Plakatierungsdichte möglich. Zulässig sind einzelne F4 und F200 Plakatformate.

² In Strassenunterführungen ist die Reklamefläche auf 18 m² beschränkt. Zulässig sind Formate F4, F12 und F200.

§ 22

- c) Oltnerstrasse
(Kantonsteil)

¹ Entlang der Kantonsstrasse ist eine mässige Plakatierungsdichte möglich. Im Plakatierungsplan sind die möglichen Standorte abschliessend bezeichnet. Zulässig sind die Formate bis F24 (2 x F12).

² Mittels eines überzeugenden Plakatierungskonzepts über den gesamten Strassenabschnitt vom Nordportal des Festungstunnels bis zur Gemeindegrenze zu Olten oder bei Plakatierungskonzepten über 2 – 4 Teilstrecken dieses Strassenabschnitts kann von den möglichen Standorten gemäss Plakatierungsplan abgewichen werden.

§ 23

- d) Oltnerstrasse
(Gemeindeteil) und
Bahnhofstrasse

An der Oltnerstrasse und der Bahnhofstrasse ist eine niedrige Plakatierungsdichte möglich. Im Plakatierungsplan sind die möglichen Standorte für Reklameanlagen an der Oltnerstrasse bezeichnet. Zulässig sind die Formate bis F200.

§ 24

- e) Altstadt

¹ Für die Altstadt und die zur Altstadt gehörende Teile der Vorstadt ist nur eine sehr niedrige Plakatierungsdichte möglich, welche sich auf die bestehenden Standorte beschränkt. Zulässig ist vorzugsweise das Format F4, höchstens F200. Es sind höchstens 3er-Gruppen gestattet.

² Der Gemeinderat kann für das ganze Gebiet oder auch nur Teile davon, ein Plakatierungskonzept verlangen oder selber ausarbeiten.

§ 25

- f) Übriges Gemeindegebiet

¹ Für das übrige Gemeindegebiet gilt eine niedrige Plakatierungsdichte. Zulässig sind die Formate bis F12.

² Für Strassenreklamen ausserhalb Baugebiet gelten die Richtlinien über Strassenreklamen.

VI. Abschliessende Bestimmungen

§ 26

- Zusätzliche Unterlagen

Auf Verlangen sind im Rahmen des Bewilligungsverfahrens massstäbliche und farbrichtige Entwürfe vorzulegen.

§ 27

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

§ 28

Gebühren
¹ Die Gebühr für die Behandlung von Reklamegesuchen richtet sich nach dem Baugebührenreglement.
² Die zusätzlichen Gebühren für Reklamen, welche den öffentlichen Grund dauerhaft benutzen, richten sich nach der Verordnung über die Benützung des öffentlichen Grundes zu Sonderzwecken.

VII. Übergangs- und Schlussbestimmungen

§ 29

Anpassung bestehender Reklamen
Bei Änderung oder Erneuerung bestehender Reklameanlagen kann der Gemeinderat deren Anpassung an die Bestimmungen dieses Reglements verlangen. Sofern überwiegende öffentliche Interessen tangiert sind, kann auch die Entfernung einer Anlage innert einer angemessenen Frist verlangt werden.

§ 30

Übergangsbestimmungen
Die im Zeitpunkt des Inkrafttretens hängigen Gesuche werden nach den Bestimmungen dieses Reglements beurteilt.

§ 31

Kompetenz Gemeinderat
Der Gemeinderat ist berechtigt, das Reglement in eigener Kompetenz und in begründeten Fällen massvoll zeitgemässen Anforderungen anzupassen.

§ 32

Aufhebung bisheriger Erlasse
Mit dem Inkrafttreten dieses Reglements werden folgende Erlasse und Bestimmungen aufgehoben:
– die am 6. Mai 2013 erlassene Planungszone;
– alle diesem Reglemente widersprechenden Bestimmungen, insbesondere jene im Reglement für das Bauen in der Altstadt, vom 15. Februar 2002.

§ 33

Inkraftsetzung

Das Reklamereglement samt Anhängen tritt mit der Genehmigung durch die Gemeindeversammlung vom 24.11.2017 per 03.01.2018 in Kraft.

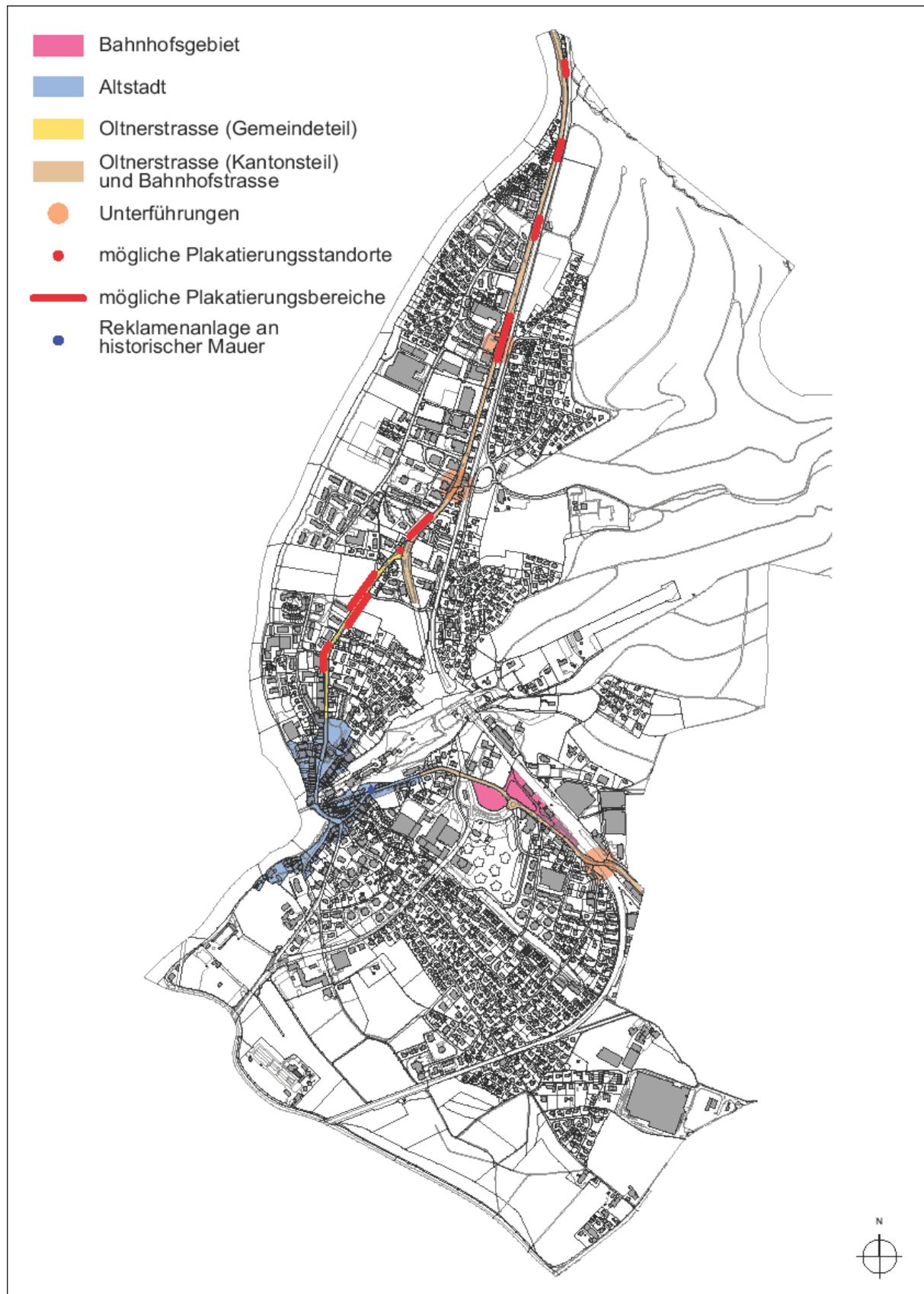
GEMEINDERAT AARBURG

Hans-Ulrich Schär
Gemeindeammann

Urs Wicki
Gemeindeschreiber-Stv.

Anhang I

Karte Plakatierungsgebiete Fremdreklamen (Plakatwerbung)



Anhang II

Plakatierungsformate, 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

