



Reklamereglement, Ergänzung/Revision – Bericht Stadtrat zur Motion von Elisabeth Augstburger und Claudio Wyss namens der SVP/CVP/EVP-Fraktion

Kurzinformation	Das heute rechtskräftige Reklamereglement wurde 2005 in Kraft gesetzt. Kurz darauf verlangte eine Motion die Lockerung des Reglements in einem einzelnen Punkt. Die darauf erfolgte Teilrevision des Reklamereglements wurde vom Einwohnerrat 2009 mit klaren Vorgaben an den Stadtrat zurückgewiesen. Der Stadtrat hat nun eine neue Vorlage ausarbeiten lassen, welche diesen Vorgaben nachkommt.				
Anträge	1. Der Einwohnerrat stimmt der Revision des Reklamereglements zu. 2. Die Motion Nr. 2005/46 betreffend Ergänzung im Reklamereglement wird als erfüllt abgeschrieben.				
	Liestal, 15. Mai 2012 Für den Stadtrat Liestal <table><tr><td>Die Stadtpräsidentin</td><td>Der Stadtverwalter</td></tr><tr><td>Regula Gysin</td><td>Benedikt Minzer</td></tr></table>	Die Stadtpräsidentin	Der Stadtverwalter	Regula Gysin	Benedikt Minzer
Die Stadtpräsidentin	Der Stadtverwalter				
Regula Gysin	Benedikt Minzer				

DETAILINFORMATIONEN

1. Ausgangslage

gemäss Planungsbericht

2. Lösungsvorschlag/Projektbeschreibung

Der Inhalt des bestehenden Reglements wurde im Wesentlichen nur punktuell dort geändert, wo dies von der GoR gefordert wurde. Die restliche Überarbeitung und der neue Aufbau ergeben sich aus der geforderten Straffung des Reglements und haben inhaltlich keine Auswirkungen.

Mit den Vorgaben der GoR wurde folgendermassen umgegangen:

1. *Straffung des Reglements*

Alle Inhalte des bestehenden Reglements, welche bereits in übergeordneten Erlassen geregelt sind, wurden aus dem Reglement gestrichen. Durch diesen Vorgang wurden grosse Abschnitte des Reglements überflüssig und eine Neuordnung der verbleibenden Paragraphen nötig. Eine Zusammenstellung der neuen Anordnung befindet sich in der Beilage „Gliederung neues und altes Reklamereglement“. Damit das Regelwerk noch lesbar bleibt, wird neu in einer Kommentarspalte auf die übergeordneten Erlasse verwiesen. Diese sind in der Beilage zum Reklamereglement nachzulesen. Neu wird im Reklamereglement nur noch Grundsätzliches geregelt. Alles andere wird an den Stadtrat delegiert, welcher das Weitere in einer Verordnung regelt.

2. *Erfüllung der Motion 2005/46*

Die Lockerung der Werbemöglichkeit ortsansässiger Vereine für ihre ausserhalb von Liestal stattfindenden Veranstaltungen wird in § 6 des Reklamereglements berücksichtigt.

3. *Fallenlassen der Anpassungsfrist der Reklamen ans neue Reglement von 2 Jahren*

Für rechtmässig erstellte Reklamen gilt neu die Bestandesgarantie. Sie müssen erst den neuen Bestimmungen entsprechen, wenn sie wesentlich verändert oder versetzt werden.

4. *Leuchtreklamen in der Kernzone nicht generell verbieten*

Leuchtreklamen in Form von Einzelbuchstaben sind bereits heute in der Kernzone zugelassen und weit verbreitet.

5. *Verbesserung der Interessenabwägung zwischen Wirtschaft und Ortsbild.*

Die Stadt Liestal ist bestrebt, das Reklamewesen wirtschaftsfreundlich zu gestalten. Dabei ist die Gemeinde allerdings auch an die Vorgaben des Ortsbildschutzes gebunden. Das Stedtlı hat ein Ortsbild von nationaler Bedeutung. In der Kernzone und Ortsbildschutzzone gelten daher strengere Richtlinien an die Gestaltung der Reklamen als ausserhalb dieser Zonen oder z.B. in Reinach mit einem Ortskern von lokaler Bedeutung. Im Gespräch mit dem Verein KMU Liestal kam zum Ausdruck, dass seine Mitglieder die Anliegen des Ortsbildschutzes grundsätzlich respektieren, dass aber der Gestaltungsspielraum für Reklamen nur schwer fassbar ist. Damit diese Situation verbessert werden kann, wird in Absprache mit dem Verein KMU Liestal der Verfahrensablauf so umgestellt, dass vor dem Projektstart ein Konsensualverfahren durchgeführt wird. Dabei werden die Bedürfnisse des Gesuchstellenden angehört und gemeinsam Lösungsmöglichkeiten im Rahmen der Reklamevorschriften besprochen.

6. *kundenfreundliches, unbürokratisches Bewilligungsverfahren*

Ein kundenfreundliches und unbürokratisches Bewilligungsverfahren ist auch im Sinn der Stadt Liestal und wird bereits heute gelebt. Mit dem oben beschriebenen Konsensualverfahren wird die Kommunikation zusätzlich verbessert. Die Dauer des Bewilligungsverfahrens soll dadurch nicht verlängert werden. Das Stadtbauamt ermöglicht grundsätzlich alle Reklamegesuche, welche es im Rahmen der bestehenden Regelungen und der gängigen Umsetzungspraxis bewilligen kann.

Mitwirkung

Der Entwurf des Reklamereglements wurde dem Verein KMU Liestal zur Stellungnahme zugestellt. Die Eingabe des Vereins KMU Liestal führte zu folgendem Resultat: Damit die Gesuchstellenden künftig den Spielraum für ihr Reklamevorhaben besser abschätzen können, wird das Konsensualverfahren eingeführt. Vor dem Projektstart findet ein Gespräch zwischen dem Gesuchstellenden und der Stadtverwaltung statt, wo Wünsche, Rahmenbedingungen und Lösungsmöglichkeiten besprochen werden. Ebenso wurde das Anliegen hinsichtlich Regelung der Wahl- und Abstimmungswerbung im Reglement aufgenommen.

Kantonale Vorprüfung

Der Entwurf des Reklamereglements wurde auch dem Kanton zur Vorprüfung zugestellt. Die Anliegen/Hinweise der kantonalen Vorprüfung konnten soweit bereinigt respektive im Reklamereglement berücksichtigt werden, dass die vorliegende Version genehmigungsfähig ist.

3. Finanzierung/Kosten

Für die Stadt Liestal entstehen durch die Überarbeitung des Reklamereglements keine ausserordentlichen Kosten.

4. Konsequenz bei Ablehnung der Anträge

Bei Ablehnung der Anträge bleibt das heute geltende Reklamereglement in Kraft. Die Motion – Ergänzung im Reklamereglement (Nr. 2005/46) kann nicht abgeschrieben werden.

5. Beilagen

1. Reklamereglement (Einwohnerratsvorlage vom 15. Mai 2012)
2. Beilage zum Reklamereglement (Einwohnerratsvorlage vom 15. Mai 2012)
3. Planungsbericht (Einwohnerratsvorlage vom 15. Mai 2012) mit Beilagen
 - Gliederung altes und neues Reklamereglement, 15. Mai 2012
 - Bericht kantonale Vorprüfung und Mitwirkung KMU Liestal, 15. Mai 2012

Reklamereglement

Einwohnerratsvorlage vom 15. Mai 2012



Stadt Liestal
Stadtbauamt

Rathausstrasse 36
CH- 4410 Liestal
Telefon 061 927 52 89
stadtbauamt@liestal.bl.ch
www.liestal.ch

Aufbau des Reglements als Beispiel

Spalte für:

Kommentar/Hinweise

- keine Rechtsverbindlichkeit
- Kommentare bzw. Hinweise unterstehen nicht der Beschlussfassung durch den Einwohnerrat sowie der Genehmigung durch die Sicherheitsdirektion des Kantons Basellandschaft

Beispiel



Reklamen sind bewilligungspflichtig (§ 3 kt. RV).

Der Reklamebegriff wird in § 2 der kt. RV geregelt.

Weitere Begriffsdefinitionen zu Reklamen finden sich in § 11 Abs.1+2, 12, 13 Abs.1, 14 Abs.1+3, 15 Abs.1 der kt. RV.

Spalte für:

Reglementstext

- rechtsverbindliche Vorschriften
- Beschlussfassung durch den Stadtrat und den Einwohnerrat
- Genehmigung durch die Sicherheitsdirektion des Kantons Basellandschaft

Beispiel



§ 1. Zweck und Geltungsbereich

Dieses Reklamereglement gilt in Ergänzung zur kantonalen Verordnung über Reklamen vom 29. Oktober 1996. Es bezweckt eine qualitativ gute Integration von Reklamen ins Orts-, Strassen- und Landschaftsbild sowie in die historische Bausubstanz. Dabei werden die Bedürfnisse der Wirtschaft berücksichtigt.

Die Bestimmungen dieses Reglements gelten für das gesamte Gemeindegebiet sowie für Reklamen jeder Art.

Herausgeber und Bezugsquelle:
Stadt Liestal, Stadtbauamt

Konzept und Gestaltung:
büro vögtle: visuelle kommunikation

Ausgabe: 2012

Inhalt

A. Einleitung	
§ 1. Zweck und Geltungsbereich	4
§ 2. Zulässigkeit von Reklamen	4
B. Reklamen und Anschriften	
§ 3. Allgemeine Gestaltungsvorschriften	4
§ 4. Gestaltungsvorschriften in der Kernzone und der Ortsbildschutzzone	4
§ 5. Reklamebeleuchtungen	5
§ 6. Temporäre Reklamen	5
C. Plakatierung	
§ 7. Plakatanschlagestellen	5
§ 8. Informationstafeln	5
§ 9. Kulturträger	5
D. Bestimmungen allgemeiner Art	
§ 10. Zwecklose Reklamen	6
§ 11. Ausnahmen von den Reklamevorschriften	6
§ 12. Bewilligungsverfahren	6
§ 13. Ausnahmen von der Bewilligungspflicht	6
§ 14. Gebühren	6
E. Schlussbestimmungen	
§ 15. Verordnung zum Reklamereglement	6
§ 16. Beschwerde	7
§ 17. Strafbestimmungen	7
§ 18. Übergangsrecht	7
§ 19. Aufhebung bestehenden Rechts	8
§ 20. Inkrafttreten	8

Abkürzungen

Signalisationsverordnung des Bundes vom 05.09.1979 (SR 741.21)	SSV
Kant. Verordnung über Reklamen vom 29.10.1996 (SGS 481.12)	kt. RV
Kant. Alkohol- und Tabakgesetz vom 22.06.2006 (SGS 905)	ATG

Reklamereglement

Der Einwohnerrat der Stadt Liestal beschliesst, gestützt auf §§ 46 und 115 des Gemeindegesetzes vom 28. Mai 1970, folgendes Reklamereglement:

A. Einleitung

Reklamen sind bewilligungspflichtig (§ 3 kt. RV).

Der Reklamebegriff wird in § 2 der kt. RV geregelt.

Weitere Begriffsdefinitionen zu Reklamen finden sich in § 11 Abs.1+2, 12, 13 Abs.1, 14 Abs.1+3, 15 Abs.1 der kt. RV.

Übergeordnete rechtliche Grundlagen zur Zulässigkeit von Reklamanlagen bestehen zu:

- Alkohol- und Tabakwerbung: § 3 kt. ATG.
- Fremdreklamen: § 13 Abs. 2 der kt. RV.
- temporären Reklamen: § 14 Abs. 2ff der kt. RV.

Die allgemeine Ausgestaltung von Reklamen richtet sich nach § 7 der kt. RV.

Die Anzahl Reklameeinrichtungen pro Fassade richtet sich nach § 11 Abs. 3 und 4 kt. RV.

Bestimmungen zu der Ausgestaltung von Strassenreklamen und Reklamen bei Tankstellen richten sich nach Art. 96f SSV und der Norm SN 640 882.

Die Ausgestaltung von Baureklamen richtet sich nach § 15 Abs. 2 der kt. RV.

In den Beilagen zum Reklamereglement der Stadt Liestal sind Erläuterungen zur Gestaltung zu finden.

Zu der Ausgestaltung der Reklamen in der Kernzone und Ortsbildschutzzone gibt es in der Reklameverordnung weitere Bestimmungen und Hinweise.

Erläuternde Skizzen und Kommentare zur Gestaltung befinden sich im Anhang 3.

§ 1. Zweck und Geltungsbereich

Dieses Reklamereglement gilt in Ergänzung zur kantonalen Verordnung über Reklamen vom 29. Oktober 1996. Es bezweckt eine qualitativ gute Integration von Reklamen ins Orts-, Strassen- und Landschaftsbild sowie in die historische Bausubstanz. Dabei werden die Bedürfnisse der Wirtschaft berücksichtigt.

Die Bestimmungen dieses Reglements gelten für das gesamte Gemeindegebiet sowie für Reklamen jeder Art.

§ 2. Zulässigkeit von Reklamen

Reklamen, welche gegen die guten Sitten verstossen, rassistisch oder sexistisch sind, werden nicht bewilligt bzw. müssen auf Geheiss der Bewilligungsbehörde entfernt werden.

B. Reklamen und Anschriften

§ 3. Allgemeine Gestaltungsvorschriften

Reklamen müssen hinsichtlich ihrer Platzierung, Grösse, Gestaltung und Häufigkeit in einem optisch ausgewogenen Verhältnis zum Gebäude und zur Umgebung stehen.

Reklamen welche den Dachrand überragen sind in den Gewerbezonenzulässig. In den restlichen Zonen ist dies nur ausnahmsweise möglich, wenn ihre vollständige Anbringung an der Fassade unzumutbar wäre und wenn die Dachrandübertagung optisch angemessen ist.

Befinden sich mehrere Betriebe in einem Gebäude, so sind die Reklamen zusammenzufassen und in Grösse, Form und Anordnung ästhetisch aufeinander abzustimmen. Die Stadt kann dafür ein Gestaltungskonzept verlangen.

Akustische Reklamen sind unzulässig.

§ 4. Gestaltungsvorschriften in der Kernzone und der Ortsbildschutzzone

Reklamen

- müssen so gestaltet sein, dass sie nach Form, Massstab, Platzierung, Werkstoff und Farbgebung gut in das historische Gepräge der Altstadt einfügen;
- nehmen in Proportion, Anordnung, Grösse und Gestaltung auf die Massstäblichkeit und auf die architektonische Gliederung der Fassaden sowie auf den Standort in besonderem Masse Rücksicht;
- sind unterhalb der Brüstung des ersten Obergeschosses anzubringen; die Bewilligungsbehörde kann bei wichtigen Gründen und wenig störender Wirkung auf das Orts- und Strassenbild Ausnahmen gestatten.
- tragen in der Umgebung geschützter und schützenswerter Bauten und Ortsteile den Belangen der baulichen Einheit und Eigenart Rechnung;
- sind auf einzelne architektonische Bauteile wie Gurtsimse, Fensterbänke, Fenstergitter, Pilaster, Zierstöcke, Brüstungsgeländer, Brunnen und dgl. abgestimmt;

- f. sind massvoll an Schaufenstern, an Wetterschutzvorrichtungen, in Schaukästen sowie in Eingangs- und Türnischen zulässig.
- g. sind so zu gestalten, dass eine Eigenreklame neben einer Anschrift deutlich kleiner ist als diese. Signete oder Logos müssen in einem direkten Zusammenhang mit einem Firmennamen stehen.

§ 5. Reklamebeleuchtungen

Genauere Bestimmungen zu der Reklamebeleuchtung gibt es in der Reklameverordnung.

Leuchtende oder beleuchtete Reklamen sind in Helligkeit, Grösse, Ausrichtung und Betriebszeiten so zu planen, dass sie keine unnötigen Emissionen erzeugen. Sie sind

- a. nur innerorts zulässig.
- b. nachts auszuschalten.

In der Kernzone und Ortsbildschutzzone gelten folgende Zusatzvorschriften:

- a. Reklamen dürfen angestrahlt oder hinterleuchtet werden.
Die dafür nötige Konstruktion ist möglichst feingliedrig auszuführen.
- b. Anschriften dürfen als beleuchtete Einzelbuchstaben gestaltet werden.
- c. Leuchtende oder beleuchtete Eigenreklamen sind unzulässig, ausgenommen sind Apotheken-Kreuze während den Ladenöffnungs- und Notfall-Pikettzeiten;
- d. Leuchtkästen sind unzulässig.

§ 6. Temporäre Reklamen

Weitere Bestimmungen zu temporären Reklamen und Baureklamen finden sich in der Reklameverordnung.

Das Anbringen temporärer Fremdreklamen (z.B. für Veranstaltungen) ist an Plakatanschlagstellen, Kultursäulen und Infotafeln zulässig.

Reklamen für Veranstaltungen auf dem Gemeindegebiet und/oder von ortsansässigen Vereinen oder Organisationen dürfen, nach Absprache mit dem Grundeigentümer, innerorts auch an anderen Orten angebracht werden. Die übergeordneten Regeln zur Verkehrssicherheit, Gestaltung etc. sind zu berücksichtigen.

In Abweichung zur kantonalen Reklameverordnung sind Wahl- und Abstimmungsplakate massvoll anzubringen.

C. Plakatierung

§ 7. Plakatanschlagstellen

Grundlegende Bestimmungen zu den Plakatanschlagstellen finden sich in § 16 der kt. RV. Weitere Bestimmungen zu Standorten, Dimensionen und Gruppierungen sowie dem Bewilligungsverfahren der Plakatanschlagstellen finden sich in der Reklameverordnung.

Die Bewilligung für die Errichtung und den Betrieb von Plakatanschlagstellen auf öffentlichem Grund wird für alle Plakatanschlagstellen insgesamt sowie an eine Person ausschliesslich erteilt. Sie ist befristet.

Plakatanschlagstellen dürfen weder leuchten noch beleuchtet sein.

§ 8. Informationstafeln

Grundlegende Bestimmungen zu den Informationstafeln befinden sich in § 17 der kt. RV.

Die Bewilligung für die Errichtung und den Betrieb von Informationstafeln auf öffentlichem Grund wird befristet erteilt.

Ortsinformationen und Reklamen müssen in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander sein.

§ 9. Kulturträger

Bestimmungen zum maximalen Reklameanteil, den Standorten, den Dimensionen sowie dem Bewilligungsverfahren der Informationstafeln befinden sich in der Reklameverordnung.

Die Stadt Liestal stellt Kulturträger für den unentgeltlichen, öffentlichen Anschlag von Reklamen für Veranstaltungen bereit.

Der Unterhalt von Reklamen richtet sich nach § 9 der kt. RV.

Die Ausnahmen von der Anwendung einzelner Reklamevorschriften der kt. RV richten sich nach § 8 RV.

Die Grundsätze des Bewilligungsverfahrens richten sich nach § 5 der kt. RV.

Die Gültigkeitsdauer der Bewilligung und der Widerruf richten sich nach § 6 der kt. RV.

Die Gebühren werden in der Reklameverordnung festgelegt.

Die Ausnahmen von der Bewilligungspflicht richten sich nach § 4 der kt. RV und den Zusatzbestimmungen der Reklameverordnung.

D. Bestimmungen allgemeiner Art

§ 10. Zwecklose Reklamen

Zwecklose Reklamen sind von den bewilligungsberechtigten Personen oder Organisationen zu entfernen.

§ 11. Ausnahmen von den Reklamevorschriften

Die Gestattung von Ausnahmen von diesen Vorschriften ist insbesondere dann möglich, wenn durch die Anwendung dieser Vorschriften eine gute Einpassung ins Orts- oder Landschaftsbild oder ins historische Gebäude verhindert würde.

§ 12. Bewilligungsverfahren

Bewilligungsbehörde ist das Stadtbauamt.

Für Reklamegesuche in der Kernzone und Ortsbildschutzzone findet vor dem Projektstart ein Konsensualverfahren statt. Dabei werden die Bedürfnisse des Gesuchstellenden angehört und gemeinsam Lösungsmöglichkeiten im Rahmen der Reklamevorschriften besprochen.

Für die Begutachtung von Reklamegesuchen kann das Stadtbauamt eine Fachkommission zur Beratung beiziehen.

Wird die Reklame wesentlich verändert oder versetzt, so ist ein neues Reklamegesuch einzureichen. Altrechtlich bewilligte Reklamen müssen sich dabei an die neuen Reklamebestimmungen halten.

§ 13. Ausnahmen von der Bewilligungspflicht

In Ergänzung zu den in der kantonalen Reklameverordnung aufgelisteten Reklameeinrichtungen sind folgende Reklameeinrichtungen zusätzlich von der Bewilligungspflicht ausgenommen:

- a. kleinere Baureklamen;
- b. nicht direkt einsehbare Reklamen in abgeschlossenen Gewerbegebieten;
- c. Reklamen an Plakatanschlagstellen, Informationstafeln und Kulturträger;
- d. Reklamen auf Fahrzeugen.
- e. Reklamen auf Wetterschutzvorrichtungen.
- g. drei Wimpelketten pro Betrieb

Die Ausnahme von der Bewilligungspflicht für temporäre Reklamen gilt nur für temporäre Eigenreklame.

Fahnen und Wimpelketten unterstehen in der Kernzone und in der Ortsbildschutzzone der Bewilligungspflicht.

Bewilligungsfreie Reklamen dürfen nicht gegen die Bestimmungen dieses Reglements und der zugehörigen Verordnung verstossen.

§ 14 Gebühren

Für das Ausstellen der Reklamebewilligungen werden Verwaltungsgebühren erhoben. Der maximale Gebührenrahmen beträgt Fr. 5'000.- pro Fall.

Für den Betrieb der Plakatanschlagstellen auf öffentlichem Grund wird eine Konzessionsgebühr erhoben. Die Höhe dieser Gebühr wird mit dem Konzessionsnehmer vertraglich festgelegt.

E. Schlussbestimmungen

§ 15. Verordnung zum Reklamereglement

Der Stadtrat kann in einer Verordnung regeln:

- a. weitere Einzelheiten zu den Gestaltungsvorschriften in der Kernzone und der Ortsbildschutzzone.
- b. die Helligkeit, Grösse, Ausrichtung und Betriebszeiten von leuchtenden oder beleuchteten Reklamen.
- c. die Zeitlimite für temporäre Reklamen und im Speziellen Baureklamen, Regelungen bzgl. der Anzahl, dem Standort und der Aufhängedauer von Wahl- und Abstimmungsplakaten sowie weitere Einzelheiten zu den temporären Reklamen.
- d. für Plakatanschlagestellen:
 - die Dauer der Befristung der Bewilligung,
 - die Voraussetzungen für die Bewilligungserteilung,
 - das Maximalmass,
 - die Möglichkeiten der Gruppierung der Plakatanschlagestellen,
 - die maximale Anzahl und die Standorte der Plakatanschlagestellen. Dabei werden vornehmlich die Hauptverkehrsachsen berücksichtigt und auf eine ausgewogene Verteilung sowie den Ortsbildschutz geachtet.
- e. für Informationstafeln:
 - die Dauer der Befristung der Bewilligung,
 - die Voraussetzungen für die Bewilligungserteilung,
 - das Maximalmass,
 - das maximale Ausmass der darauf enthaltenen Reklame.
- f. für Kulturträger:
 - die maximale Anzahl und die Standorte der Kulturträger,
 - die Voraussetzungen für den Plakatanschlag,
 - das Maximalmass der Plakate.
- g. das Gesuchs- und Bewilligungsverfahren.
- h. die Randbedingungen zu den bewilligungsfreien Reklameeinrichtungen, wie z.B. Anzahl, Grösse und Aufstelldauer.
- i. die Definition der «wesentlichen Veränderung» einer Reklame.
- j. die Höhe der Gebühren.

§ 16. Beschwerde

Verfügungen der Bewilligungsbehörde, die gestützt auf dieses Reglement und der dazugehörigen Verordnung ergehen, können innert 10 Tagen beim Stadtrat durch Beschwerde angefochten werden.

§ 17. Strafbestimmungen

Bei vorsätzlicher oder fahrlässiger Übertretung der Bestimmungen dieses Reglements oder der dazugehörigen Verordnung können Bussen bis zu Fr. 1'000.- verhängt werden.

Gegen Bussenverfügungen des Stadtrates kann die oder der Betroffene innert 10 Tagen beim Strafgerichtspräsidium die Appellation erklären. Dieses entscheidet endgültig.

§ 18. Übergangsrecht

Bestehende, rechtmässig bewilligte Reklamen, die den neuen Reklamebestimmungen widersprechen, dürfen unterhalten werden.

Die Bestimmungen zu Widerhandlungen und der Ersatzvornahme richten sich nach § 18+19 der kt. RV.

§ 19. Aufhebung bestehenden Rechts

Die §§ 43 – 46 des Polizeireglements vom 8. März 1978 werden aufgehoben, ebenso das Reklamereglement vom 12. Mai 2004.

§ 20. Inkrafttreten

Dieses Reglement wird nach der Genehmigung durch die Sicherheitsdirektion des Kantons Basel-Landschaft vom Stadtrat in Kraft gesetzt.

*Von der Sicherheitsdirektion des Kantons Basel-Landschaft am
genehmigt*

SICHERHEITSDIREKTION BASEL-LANDSCHAFT

Isaac Reber, Regierungsrat

Beilage zum Reklamereglement

Einwohnerratsvorlage vom 15. Mai 2012



Stadt Liestal
Stadtbauamt
Rathausstrasse 36
CH- 4410 Liestal
Telefon 061 927 52 89
stadtbauamt@liestal.bl.ch
www.liestal.ch

Einführung



Erscheinungsbild einer Einkaufsstrasse

Werbung und Reklame

Aussenwerbung ist für die Wirtschaft ein wichtiges Mittel, sich selbst oder ein Produkt bei der Bevölkerung bekannt zu machen. Reklame und Werbung gehören zu einem lebendigen Stadtbild und prägen den öffentlichen Raum.

Reklameanlagen sind Schriften, Kästen, Schilder, Stelen etc. Sie können beleuchtet, angestrahlt oder unbeleuchtet sein. Sie dienen der Aussenwerbung und sollen in räumlichem Bezug zur Umgebung und Architektur angebracht sein.

Zweck und Ziel der Reklamevorschriften

Die Reklamen wirken immer im Zusammenspiel mit einem Hintergrund. Dies können einzelne oder mehrere Gebäude, das Städtli oder die Landschaft sein. Damit eine gute Abstimmung zwischen den Reklamen und dem Orts- und Landschaftsbild möglich ist, sind Regeln notwendig. Diese Regeln werden in der kantonalen Reklameverordnung und im vorliegenden kommunalen Reklamereglement festgelegt. Das kommunale Reklamereglement hat zum Ziel, sowohl die Anliegen der Wirtschaft als auch die Anliegen ans Orts- und Landschaftsbild angemessen zu berücksichtigen.

Einordnung in die Umgebung

Reklameanlagen sollen auffallen und sich von der Umgebung optisch angemessen abheben. Voraussetzung dabei ist eine rücksichtsvolle Einordnung in die gebaute oder landschaftliche Umgebung. Beide Aspekte müssen beim einzelnen Reklamegesuch berücksichtigt und im Einzelfall Kompromisse gefunden werden. Je nach Schutzwürdigkeit der Umgebung werden dabei unterschiedlich strenge Massstäbe an die Einpassung in die Umgebung angesetzt. Neben den gestalterischen Aspekten sind auch die Vorgaben der Verkehrssicherheit zu berücksichtigen.

Städtebauliche Aspekte im Städtli

Reklameanlagen prägen das Erscheinungsbild eines Strassenzugs entscheidend. Im Städtli wird bei der Beurteilung von Reklamen dem Charakter der Umgebung eine besondere Bedeutung beigemessen. Hier gilt es, die Reklameanlagen mit der denkmalpflegerisch wertvollen Bausubstanz ins Gleichgewicht zu bringen. Grösse, Anzahl und Wirkung der Reklameanlagen werden dabei in Bezug auf ihre historische Umgebung beurteilt. Eine individuelle Betrachtung des einzelnen Reklamebegehrens ist notwendig. Dabei findet ein enger Dialog zwischen dem Gesuchsteller, der Gemeinde und bei Bedarf mit Fachpersonen statt.

Aufbau des Reklamevorschriften

Basis der Reklamevorschriften bildet die kantonale Reklameverordnung. Sie wird durch das kommunale Reklamereglement und die dazugehörige Verordnung ergänzt. Das Merkblatt «Gestaltung der Reklamen» verdeutlicht die im Reklamereglement enthaltenen Gestaltungsgrundsätze.

Inhalt

Merkblatt Gestaltung der Reklamen

Kernzone und Ortsbildschutzzzone	4
Zentrumszone, Wohn- und Geschäftszone	5
Gewerbezone	5

Übergeordnete rechtliche Grundlagen

Kantonale Verordnung über Reklamen vom 29.10.1996 (SGS 481.12), Auszug einzelner wichtiger Paragraphen	6
Signalisationsverordnung des Bundes vom 05.09.1979 (SR 741.21), Auszug einzelner wichtiger Paragraphen	9
Normblatt „Tankstellen“ SN 640 625c der Vereinigung Schweizerischer Strassenfachleute (VSS)	9
Kantonales Alkohol- und Tabakgesetz vom 22.06.2006 (SGS 905), Auszug einzelner wichtiger Paragraphen	10

Merkblatt Gestaltung der Reklame



Kernzone und Ortsbilschutzzone

Platzierung der Reklamen

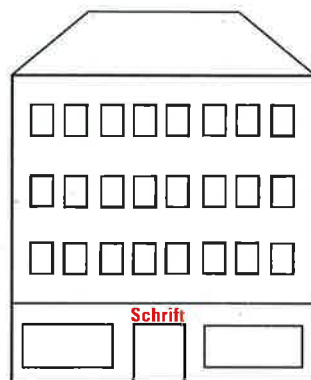
Reklamen auf der Fassade montiert werden zusammen mit der Architektur wahrgenommen. Sie haben sich in die Gesamterscheinung des Gebäudes und in die Fassadenstruktur einzufügen.

Der Sockelbereich (Erdgeschoss) ist in den Ortszentren der prädestinierte Ort für Reklameanlagen. Eine angemessene Dimension und eine ausgewogene Anzahl von Reklameelementen gehören zu einem lebendigen Stadtbild. Anlagen sollen sich in Grösse, Ausführung und Lage an bestehenden und bereits bewilligten Reklamen orientieren.

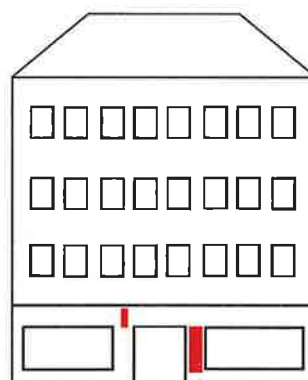
Gestalterische Grundsätze

Reklamen müssen sich gut ins Ortsbild und in die historische Bausubstanz einpassen. Dies wird in der Regel durch folgende Ausgestaltung der Reklamen erreicht:

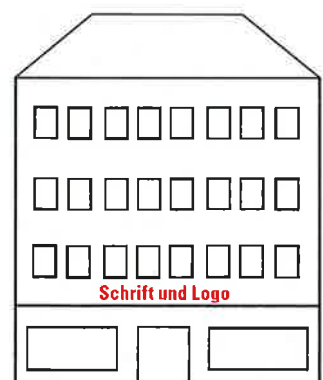
- Direkt auf den Fassadenputz aufgemalte Schriften, Signete etc. entsprechen einer erhaltenswerten Tradition und wirken individuell. Sie können gut mit dekorativen oder architektonischen Elementen kombiniert werden,
- Durchbrochene Signete, Schriften oder Einzelbuchstaben wirken als Folge der Schattenbildung belebt und akzentuiert.
- Damit die Fassade möglichst sichtbar bleibt, soll bei Reklameschildern ein transparentes Trägermaterial verwendet werden.
- Historische oder künstlerisch gestaltete Ausleger und Stechschilder können dekorativ und werbewirksam sein, sofern sie zurückhaltend sind. Neue Reklameeinrichtungen sind möglichst auf die in der näheren Umgebung vorhandenen Formate, Ausführung sowie deren Höhe und Lage abzustimmen.



Sockelbereich mit Schrift



Sockelbereich mit Schild und Stechschild



Fassadenbereich mit Schrift und Logo



Zentrumszone, Wohn- und Geschäftszone

Gestalterische Grundsätze

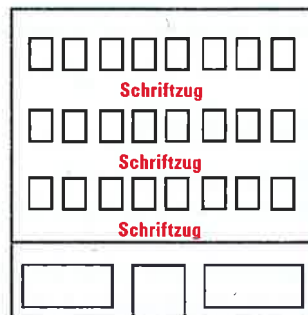
In Zonen, die hauptsächlich dem Wohnen dienen, sollen Reklamen dem Charakter des Quartiers angepasst werden.

Freistehende Reklameanlagen

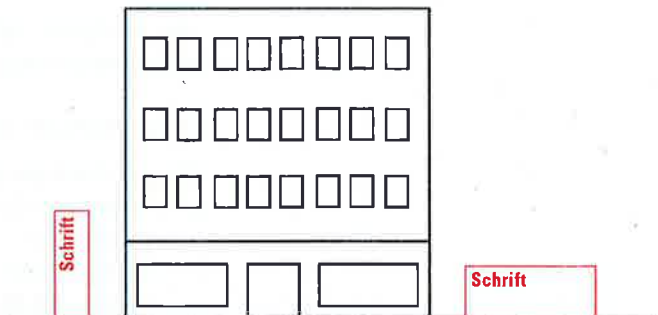
Freistehende Reklameanlagen sind Objekte von grosser Präsenz. Pylonen, Stelen und Schilder sind in ihrer Lage, Grösse und Materialisierung auf die baulichen Verhältnisse abzustimmen und sie müssen sich räumlich auf diese beziehen. Diese Art von Reklame verlangt eine besondere Sorgfalt in die Einbindung in die stadträumliche Situation.



Fassadenbereich mit Schriftzug



Fassadenbereich mit mehreren Schriftzügen



Schriften auf Trägern (Pylonen, Stelen, Schilder)



Gewerbezone

Gestalterische Grundsätze

Grundsätzlich gelten die selben Beurteilungskriterien und Vorgaben wie bei Zentrumszone, Wohn- und Geschäftszone.

Für Fassaden, die auf angrenzende Wohnzonen ausgerichtet sind, gelten die Bestimmungen der Wohnzone.

Reklame auf Dächern

Reklameanlagen auf Dächern entfalten eine grosse, weit sichtbare Wirkung. Sie sind nur an prädestinierten Standorten anzubringen. Um die Wirkung der Anlage dem Umfeld anzupassen, können in der Bewilligung einschränkende Auflagen gemacht werden.

Die Reklameanlage muss sich der Dachform und der Umgebung einfügen.

In der Regel Einzelbuchstaben.



Reklame auf Flachdach



Reklame auf Schrägdach

Übergeordnete rechtliche Grundlagen

Kantonale Verordnung über Reklamen vom 29.10.1996 (SGS 481.12), Auszug einzelner wichtiger Paragraphen

§ 2 Geltungsbereich

¹ Reklamen (...) sind alle öffentlich wahrnehmbaren Kommunikationseinrichtungen und Kommunikationsmassnahmen, die direkt oder indirekt der Werbung dienen und mit denen wirtschaftliche oder nichtwirtschaftliche Zwecke verfolgt werden.

§ 3 Bewilligungspflicht; Zuständigkeit

¹ Das Aufstellen, Anbringen, Versetzen und wesentliche Verändern von Reklamen ist bewilligungspflichtig.

§ 4 Ausnahmen von der Bewilligungspflicht

¹ Von der Bewilligungspflicht ausgenommen sind:

- a. Reklamen in Schaufenstern und bewilligten Schaukästen sowie Schaufensterbeschriftungen;
- b. unbeleuchtete Firmenanschriften, wenn sie flach an der Fassade angebracht werden und die zulässige Anzahl gemäss § 11 Absatz 3 dieser Verordnung nicht überschritten wird;
- c. unbeleuchtete Angebotstafeln am Eingang von Detailhandelsgeschäften und Gastwirtschaftsbetrieben, wenn sie den Fussgängerverkehr nicht behindern;
- d. unbeleuchtete Angebotstafeln an Feldrändern und bei landwirtschaftlichen Betriebsgebäuden, mit denen Landwirtschaftsbetriebe oder Gärtnereien während der Saison über die Möglichkeit zur Selbstbedienung und zum Kauf der selbsterzeugten Produkte orientieren;
- e. drei Fahnen pro Betrieb;
- f. temporäre Reklamen einschliesslich Wahl- und Abstimmungsplakate, wenn sie die Voraussetzungen von § 14 dieser Verordnung erfüllen;
- g. Plakate an bewilligten Plakatanschlagstellen.

² Auch Reklamen, die von der Bewilligungspflicht ausgenommen sind, dürfen nicht gegen § 7 Absatz 1 dieser Verordnung verstossen.

§ 5 Grundsätze des Bewilligungsverfahrens

² Dem Reklamegesuch sind beizulegen:

- a. eine massstäbliche Skizze mit den Angaben über Standort, Art und Ausgestaltung der Reklame;
- b. die schriftliche Zustimmung der Grundeigentümerin oder des Grundeigentümers.

§ 6 Gültigkeitsdauer der Bewilligung, Widerruf

² Bei wesentlicher Veränderung der Verhältnisse oder bei nicht ordnungsgemäsem Unterhalt der Reklame kann die Reklamebewilligung widerrufen werden.

§ 7 Ausgestaltung der Reklamen

¹ Reklamen dürfen die Verkehrssicherheit nicht gefährden und das Orts- und Landschaftsbild nicht verunstalten.

§ 8 Ausnahmen von der Anwendung einzelner Reklamevorschriften

¹ Die Bewilligungsbehörde kann die gesuchstellende Person oder Organisation ausnahmsweise von der Einhaltung einzelner Reklamevorschriften des kantonalen oder kommunalen Rechts entbinden, wenn wichtige Gründe dafür vorliegen und keine öffentlichen oder wesentlichen privaten Interessen dadurch beeinträchtigt werden.

§ 9 Unterhalt von Reklamen

Reklamen sind von der bewilligungsberechtigten Person oder Organisation ordnungsgemäss zu unterhalten. Schäden sind umgehend zu beheben.

§ 11 Firmenanschriften, Eigenreklamen

¹ Firmenanschriften bestehen aus Firmennamen, Branchenhinweis, Firmensignet; sie werden am Gebäude der Firma oder in dessen unmittelbarer Nähe angebracht.

² Eigenreklamen werben für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen, Ideen und dergleichen, die mit dem Standort der Reklame in einem örtlichen Zusammenhang stehen.

³ Jeder Betrieb kann pro Fassade anbringen:

- a. eine Firmenanschrift und eine Eigenreklame, oder
- b. zwei Firmenanschriften, oder
- c. zwei Eigenreklamen.

⁴ Die Bewilligungsbehörde kann zusätzliche Firmenanschriften und Eigenreklamen bewilligen, insbesondere wenn das Gebäude eine ausserordentliche Grösse oder mehrere Kundeneingänge aufweist.

§ 12 Örtlicher Zusammenhang

¹ Der örtliche Zusammenhang mit dem Standort der Reklame liegt vor, wenn die Reklame am Betriebsstandort oder in dessen unmittelbarer Nähe angebracht ist und das beworbene Objekt dort hergestellt, vertrieben oder erbracht wird respektive dort erworben oder konsumiert werden kann.

² Der örtliche Zusammenhang ist unabhängig von den Eigentums- und Besitzverhältnissen zu beurteilen.

§ 13 Fremdreklamen

¹ Fremdreklamen werben für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen, Ideen und dergleichen, die mit dem Standort der Reklame in keinem örtlichen Zusammenhang stehen.

² Fremdreklamen sind zulässig:

- a. in Schaufenstern und bewilligten Schaukästen;
- b. an bewilligten Plakatanschlagstellen;
- c. an Sportstadien flach an der Fassade und innerhalb von Sportanlagen.

³ Fremdreklamen sind ausserhalb des Siedlungsgebiets verboten.

§ 14 Temporäre Reklamen

¹ Temporäre Reklamen sind zeitlich begrenzte Ankündigungen, die über besondere Veranstaltungen orientieren.

² Temporäre Reklamen sind innerhalb des Siedlungsgebiets zulässig. Sie sind unbeleuchtet auszugestalten und der Name der verantwortlichen Person oder Organisation muss ersichtlich sein.

³ Wahl- und Abstimmungsplakate gelten als temporäre Eigenreklamen (...).

⁴ Sind temporäre Reklamen nicht spätestens zehn Tage nach dem Veranstaltungstermin vollständig entfernt, können sie von der Bewilligungsbehörde ohne vorherige Androhung der Ersatzvornahme unverzüglich auf Kosten der verantwortlichen Person oder Organisation beseitigt werden.

§ 15 Baureklamen

¹ Baureklamen orientieren an der Baustelle über das Bauvorhaben und am Bau beteiligte Betriebe sowie über Verkauf und Vermietung des Bauobjekts.

² Baureklamen sind unbeleuchtet und möglichst auf einer Tafel zusammengefasst auszugestalten.

§ 16 Plakatanschlagstellen

¹ Plakatanschlagstellen sind Reklameeinrichtungen auf öffentlichem oder privatem Grund, die der wechselweisen Anbringung von Plakaten dienen.

§ 17 Informationstafeln

Informationstafeln weisen einen im öffentlichen Interesse liegenden Informationsgehalt (Ortsplan mit Strassenverzeichnis, lokalhistorische Hinweise und ähnliches) auf und können zusätzliche Werbeflächen enthalten.

§18 Widerhandlungen

¹ Stellt die Bewilligungsbehörde Widerhandlungen gegen Reklamevorschriften fest und verlangen Sicherheitsgründe nicht die sofortige Entfernung der Reklame, so verfügt sie unter Hinweis auf die Strafdrohung von Artikel 292 des Schweizerischen Strafgesetzbuches vom 21. Dezember 1937 (StGB) und Androhung der Ersatzvornahme die Wiederherstellung des rechtmässigen Zustands innert angemessener Frist.

² Wer der Verfügung keine Folge leistet, wird gemäss Artikel 292 StGB bestraft, sofern nicht besondere Strafbestimmungen Anwendung finden.

§19 Ersatzvornahme

Werden unzulässige Reklamen trotz Verfügung der Bewilligungsbehörde nicht innert der gesetzten Frist entfernt, lässt sie die Bewilligungsbehörde auf Kosten der verantwortlichen Person oder Organisation entfernen.

**Signalisationsverordnung des Bundes vom 05.09.1979 (SR 741.21),
Auszug einzelner wichtiger Paragraphen**

Art. 95 Strassenreklamen, Begriffe

¹ Als Strassenreklamen gelten alle Werbeformen und anderen Ankündigungen in Schrift, Bild, Licht, Ton usw., die im Wahrnehmungsbereich der Fahrzeugführenden liegen, während diese ihre Aufmerksamkeit dem Verkehr zuwenden.

Art. 96 Strassenreklamen, Grundsätze

¹ Untersagt sind Strassenreklamen, welche die Verkehrssicherheit beeinträchtigen könnten, namentlich wenn sie:

- a. das Erkennen anderer Verkehrsteilnehmender erschweren, wie im näheren Bereich von Fussgängerstreifen, Verzweigungen oder Ausfahrten;
- b. die Berechtigten auf den für Fussgänger bestimmten Verkehrsflächen behindern oder gefährden;
- c. mit Signalen oder Markierungen verwechselt werden können; oder
- d. die Wirkung von Signalen oder Markierungen herabsetzen.

² Stets untersagt sind Strassenreklamen:

- a. wenn sie in das Lichtraumprofil der Fahrbahn vorstehen;
- b. auf der Fahrbahn, ausgenommen in Fussgängerzonen;
- c. in signalisierten Tunneln sowie in Unterführungen ohne Trottoirs;
- d. wenn sie Signale oder wegweisende Elemente enthalten.

Art. 97 Strassenreklamen bei Signalen

An Signalen oder in ihrer unmittelbaren Nähe sind Strassenreklamen untersagt. Zulässig sind jedoch:

- a. Strassenreklamen auf Informationstafeln zur Streckenführung entlang von signalisierten Routen für den Langsamverkehr, wobei sie höchstens einen Fünftel der Tafelfläche einnehmen dürfen;
- b. Strassenreklamen unter der Hinweistafel «Telefon» (4.81) auf Passstrassen, wobei sie höchstens einen Drittel der Tafelfläche einnehmen dürfen;
- c. Ankündigungen mit verkehrserzieherischem oder unfallverhütendem Charakter.

**Normblatt „Tankstellen“ SN 640 625c
der Vereinigung Schweizerischer Strassenfachleute (VSS)**

Reklamen bei Tankstellen

Für Strassenreklamen bei Tankstellen an Haupt- und Nebenstrassen gilt insbesondere die Schweizer Norm SN 640 882 («Anzeige der Treibstoffmarke, zusätzliche Anzeigen, Kennzeichnung und Beleuchtung»).

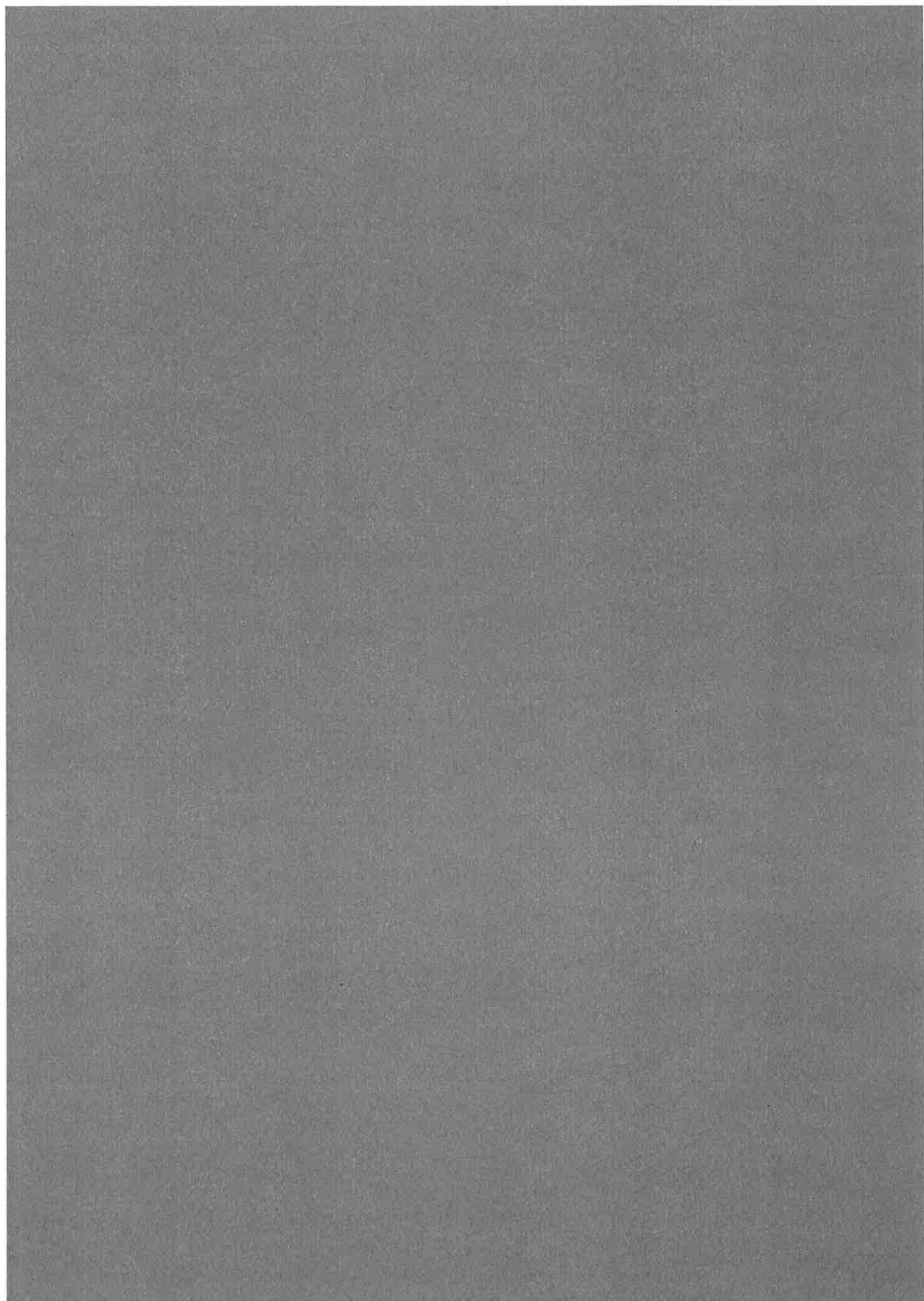
**Kantonales Alkohol- und Tabakgesetz vom 22.06.2006 (SGS 905),
Auszug einzelner wichtiger Paragraphen**

§ 3 Werbung für alkoholische Getränke und Tabakwaren

Die Plakatwerbung für Tabakwaren und alkoholische Getränke ist verboten:

- a. auf öffentlichem Grund,
- b. an und in öffentlichen Zwecken dienenden Gebäuden und Gebäudeteilen sowie auf ihren Arealen und
- c. auf Anlagen, welche im Besitz des Kantons, der Gemeinden oder öffentlich-rechtlicher Körperschaften und Anstalten sind.
- d. Die Plakatwerbung für Tabakwaren und alkoholische Getränke, ausgenommen für Bier und Wein, ist auf privatem Grund untersagt, wenn sie von öffentlichem Grund aus sichtbar ist.

Notizen und Skizzen





Revision Reklamereglement

Planungsbericht

Einwohnerratsvorlage vom 15. Mai 2012

Ausgangslage

Das bisherige Reklamereglement mit der dazugehörenden Verordnung trat 2005 in Kraft. Auslöser dieser Überarbeitung war eine Motion der SVP/CVP/EVP-Fraktion, welche ein halbes Jahr nach der Inkraftsetzung eingereicht wurde. Sie verlangte eine Lockerung der Vorschriften der Werbemöglichkeiten für ortsansässige Vereine für ihre ausserhalb von Liestal stattfindenden Veranstaltungen.

In einer Teilrevision des Reklamereglements wurde dieser Motion entsprochen. Gleichzeitig wurden einige weitere Anpassungen vorgenommen, welche sich aus Erkenntnissen aus dem Vollzug des neuen Reglements ergaben. Am 21. Januar 2009 überwies der Einwohnerrat das Geschäft an die Spezialkommission Gemeindeordnung und Reglemente (GoR).

Die GoR beantragte beim Einwohnerrat eine Rückweisung der Teilrevision des Reklamereglements an den Stadtrat mit klaren Vorgaben:

1. *Straffung des Reglements (keine Wiederholungen aus übergeordneten Erlassen)*
2. *Regelung der Dimensionen der Reklamen und der Gebühren etc. in der Verordnung*
3. *Erfüllung der Motion 2005/46*
4. *Fallenlassen der Anpassungsfrist der Reklamen ans neue Reglement von 2 Jahren*
5. *Leuchtreklamen in der Kernzone nicht generell verbieten*
6. *Verbesserung der Interessenabwägung zwischen Wirtschaft und Ortsbild*
7. *kundenfreundliches, unbürokratisches Bewilligungsverfahren*

Am 23.09. 2009 stimmte der Einwohnerrat dem Rückweisungsantrag zu. Der Stadtrat wurde damit beauftragt, eine neue Vorlage mit Berücksichtigung der Anliegen der GoR auszuarbeiten.

Ablauf der aktuellen Überarbeitung / Weiteres Vorgehen

2011	Juristische Abklärungen Erarbeitung eines Merkblatts zur Gestaltung
Januar – Februar 2012	Entwurf Reklamereglement und -verordnung
März 2012	Kantonale Vorprüfung Mitwirkung des Vereins KMU Liestal
vorgesehen im Mai 2012	Beratung im Stadtrat, Stadtratsbeschluss
vorgesehen im Mai 2012	Beratung im Einwohnerrat
anschliessend	Einwohnerratsbeschluss
anschliessend	Genehmigung durch die Sicherheitsdirektion

Inhalt der Überarbeitung

Für das Stadtbauamt als Bewilligungsbehörde und dessen beratende Farb- und Reklamekommission stellt der Vollzug des bestehenden Reglements grundsätzlich kein Problem dar. Der Inhalt des bestehenden Reglements wurde daher im Wesentlichen nur punktuell dort geändert, wo dies von der GoR gefordert wurde. Die restliche Überarbeitung und der neue Aufbau ergeben sich aus der geforderten Straffung des Reglements und haben inhaltlich keine Auswirkungen.

Mit den Vorgaben der GoR wurde folgendermassen umgegangen:

1. *Straffung des Reglements*

Alle Inhalte des bestehenden Reglements, welche bereits in übergeordneten Erlassen geregelt sind, wurden aus dem Reglement gestrichen. Durch diesen Vorgang wurden grosse Abschnitte des Reglements überflüssig und eine Neuordnung der verbleibenden Paragraphen nötig. Eine Zusammenstellung der neuen Anordnung befindet sich in der Beilage „Gliederung neues und altes Reklamereglement“. Damit das Regelwerk noch lesbar bleibt, wird neu in einer Kommentarspalte auf die übergeordneten Erlasse verwiesen. Diese sind in der Beilage zum Reklamereglement nachzulesen. Neu wird im Reklamereglement nur noch Grundsätzliches geregelt. Alles andere wird an den Stadtrat delegiert, welcher das Weitere in einer Verordnung regelt.

2. *Erfüllung der Motion 2005/46*

Die Lockerung der Werbemöglichkeit ortsansässiger Vereine für ihre ausserhalb von Liestal stattfindenden Veranstaltungen wird in § 6 des Reklamereglements berücksichtigt.

3. *Fallenlassen der Anpassungsfrist der Reklamen ans neue Reglement von 2 Jahren*

Für rechtmässig erstellte Reklamen gilt neu die Bestandesgarantie. Sie müssen erst den neuen Bestimmungen entsprechen, wenn sie wesentlich verändert oder versetzt werden.

4. *Leuchtreklamen in der Kernzone nicht generell verbieten*

Leuchtreklamen in Form von Einzelbuchstaben sind bereits heute in der Kernzone zugelassen und weit verbreitet.

5. *Verbesserung der Interessenabwägung zwischen Wirtschaft und Ortsbild.*

Die Stadt Liestal ist bestrebt, das Reklamewesen wirtschaftsfreundlich zu gestalten. Dabei ist die Gemeinde allerdings auch an die Vorgaben des Ortsbildschutzes gebunden. Das Stedtli hat ein Ortsbild von nationaler Bedeutung. In der Kernzone und Ortsbildschutzzone gelten daher strengere Richtlinien an die Gestaltung der Reklamen als ausserhalb dieser Zonen oder z.B. in Reinach mit einem Ortskern von lokaler Bedeutung. Im Gespräch mit dem Verein KMU Liestal kam zum Ausdruck, dass seine Mitglieder die Anliegen des Ortsbildschutzes grundsätzlich respektieren, dass aber der Gestaltungsspielraum für Reklamen nur schwer fassbar ist. Damit diese Situation verbessert werden kann, wird in Absprache mit dem Verein KMU Liestal der Verfahrensablauf so umgestellt, dass vor dem Projektstart ein Konsensualverfahren durchgeführt wird. Dabei werden die Bedürfnisse des Gesuchstellenden angehört und gemeinsam Lösungsmöglichkeiten im Rahmen der Reklamevorschriften besprochen.

6. *kundenfreundliches, unbürokratisches Bewilligungsverfahren*

Ein kundenfreundliches und unbürokratisches Bewilligungsverfahren ist auch im Sinn der Stadt Liestal und wird bereits heute gelebt. Mit dem oben beschriebenen Konsensualverfahren wird die Kommunikation zusätzlich verbessert. Die Dauer des Bewilligungsverfahrens soll dadurch nicht verlängert werden. Das Stadtbauamt ermöglicht grundsätzlich alle Reklamegesuche, welche es im Rahmen der bestehenden Regelungen und der gängigen Umsetzungspraxis bewilligen kann.

Beilagen zum Planungsbericht

- Gliederung neues und altes Reklamereglement
- Bericht kantonale Vorprüfung und Mitwirkung KMU Liestal

Schalteröffnungszeiten: siehe www.liestal.ch
Vereinbaren Sie einen Termin telefonisch

2012-05-15 Planungsbericht_Einwohnerratsvorlage



Revision Reklamereglement

Gliederung altes und neues Reklamereglement (Beilage Planungsbericht)

Einwohneratsvorlage vom 15. Mai 2012

Inhaltsverzeichnis bisheriges Reglement

A. Allgemeine Bestimmungen	
§ 1. Regelungsbereich	
§ 2. Zweck	
§ 3. Geltungsbereich	
§ 4. Reklamen	
§ 5. Eigentümerei und Anschriften	
§ 6. Fremdreklamen	
§ 7. Ortslicher Zusammenhang	
§ 8. Temporäre Reklamen	
§ 9. Ausgestaltung der Reklamen	
§ 10. Mehrere Betriebe in einem Gebäude	
§ 11. Unterhaltspflicht	
§ 12. Ausschalten von Reklamebeleuchtungen	
§ 13. Unzulässige Reklamen	
§ 14. Tankstellen	
B. Kernzone und Ortsbildschutzone	
§ 15. Ausgestaltung der Reklamen	
§ 16. Unzulässige Reklamen	
§ 17. Verordnung	
C. Bewilligung	
§ 18. Grundsatz	
§ 19. Bewilligungsverfahren	
§ 20. Dauer der Bewilligung	
§ 21. Ausnahmen von der Bewilligungspflicht	
D. Plakatschlagstellen, Informationsstafeln und Kultursäulen	
I. Plakatschlagstellen	
§ 22. Plakatschlagstellen	
§ 23. Dimensionen und Gruppierungen	
§ 24. Bewilligung für den öffentlichen Grund	
§ 25. Bewilligung für den privaten Grund	
II. Informationsstafeln	
§ 26. Informationsstafeln	
§ 27. Dimensionen der Informationsstafeln	
§ 28. Bewilligung für den öffentlichen und privaten Grund	
III. Kultursäulen	
§ 29. Kultursäulen	
IV. Gemeinsame Bestimmungen	
§ 30. Verbotswort für Alkohol und Tabak	
E. Schlussbestimmungen	
§ 31. Gebühren	
§ 32. Behördliche Entfernung	
§ 33. Beschwerde	
§ 34. Strafbestimmungen	
§ 35. Übergangsrecht	
§ 36. Aufhebung bestehenden Rechts	
§ 37. Inkrafttreten	

Inhaltsverzeichnis neues Reglement

A. Einleitung	
§ 1. Zweck und Geltungsbereich	
§ 2. Zulässigkeit von Reklamen	
B. Reklamen und Anschriften	
§ 3. Allgemeine Gestaltungsvorschriften	
§ 4. Gestaltungsvorschriften in der Kernzone und der Ortsbildschutzone	
§ 5. Reklamebeleuchtungen	
§ 6. Temporäre Reklamen	
C. Plakatierung	
§ 7. Plakatschlagstellen	
§ 8. Informationsstafeln	
§ 9. Kulturträger	
D. Bestimmungen allgemeiner Art	
§ 10. Zwecklose Reklamen	
§ 11. Ausnahmen von den Reklamevorschriften	
§ 12. Bewilligungsverfahren	
§ 13. Ausnahmen von der Bewilligungspflicht	
§ 14. Gebühren	
E. Schlussbestimmungen	
§ 15. Verordnung zum Reklamereglement	
§ 16. Beschwerde	
§ 17. Strafbestimmungen	
§ 18. Übergangsrecht	
§ 19. Aufhebung bestehenden Rechts	
§ 20. Inkrafttreten	

Inhaltsverzeichnis Beilage zum Reklamereglement

Merkblatt Gestaltung der Reklamen	
Übergeordnete rechtliche Grundlagen	



Stadt Liestal

Stadtbauamt

Planung
Rathausstrasse 36
CH - 4410 Liestal
Tel. 061 927 52 78
brigitte.bauer@liestal.bl.ch

Revision Reklamereglement

Bericht kantonale Vorprüfung und Mitwirkung KMU Liestal (Beilage Planungsbericht)

Einwohnerratsvorlage vom 15. Mai 2012

Kantonale Vorprüfung

Vorprüfungshinweis	Stellungnahme Stadt Liestal	Erfüllung der Vorgaben
Reklamereglement		
<u>Ingress</u> Zusätzlich sollte § 115 Gemeindegesetz als Zuständigkeitsbestimmung eingefügt werden. (Einwohnerat hat Befugnisse der Gemeindeversammlung)	Der Reglementstext wird ergänzt.	+
<u>§ 1 Absatz 3 Zweck und Geltungsbereich</u> Die subsidiäre Wirkung der kantonalen Reklameverordnung sollte überprüft werden. Falls im Reklamereglement bewusst schlankere Regelungen getroffen wurden als in der kantonalen Reklameverordnung, würden diese durchs kantonale Recht ungewollt ergänzt.	Das kommunale Reklamereglement (RR) soll die kantonale Reklameverordnung (kt. RV) grundsätzlich ergänzen. Der Reglementstext wird entsprechend angepasst. Die subsidiäre Wirkung der kt. RV wurde überprüft und wo nötig angepasst.	+
<u>§ 7 Plakatanschlagstellen</u> Die Pflicht des Plakatkoncessionärs in angemessenem Umfang unentgeltlich Reklamen für kulturelle Veranstaltung anzubringen ist eine kultur- und wirtschaftspolitische Lenkungsmaßnahme und somit ein unzulässiger, grundsatzwidriger Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit.	Die Formulierung wird gestrichen und vertraglich geregelt. N.B. Die Veranstalter kultureller Anlässe verfügen in der Regel über kein grosses Werbebudget. Damit die wilde Plakatierung möglichst gering gehalten werden kann, muss die Stadt Liestal alternative Werbeflächen anbieten. Es macht Sinn, dass das Aufhängen dieser Kulturplakate von derselben Firma übernommen wird, welche die Plakatkonzession innehat. Wir sehen darin keine Einschränkung der Wirtschaftsfreiheit.	+

Vorprüfungshinweis	Stellungnahme Stadt Liestal	Erfüllung der Vorgaben
Die Befristung der Reklamebewilligung ist nur auf öffentlichem Grund zulässig.	Der Reglementstext wird entsprechend ergänzt.	+
<u>§ 10 Unterhalt, Entfernung</u> Das Verhältnis zwischen der kantonalen Reklameverordnung und dem Reklamereglement ist hier unklar.	Die kantonale Regelung soll dahingehend ergänzt werden, dass zwecklose Reklamen entfernt werden müssen. Der § wird daher umformuliert: <u>§ 10 Zwecklose Reklamen</u> Zwecklose Reklamen sind von den bewilligungsberechtigten Personen oder Organisationen zu entfernen.	+
<u>§ 11 Ausnahmen von den Reklamevorschriften</u> Die gute Gestaltung einer Reklame ist kein eigenständiges Bewilligungskriterium und darf nicht Selbstzweck sein. Eine Ausnahme von den Reklamevorschriften kann daher nicht mit der guten Gestaltung begründet werden.	In einem Ortskern von nationaler Bedeutung hat der Umgebungsschutz eine hohe Priorität. Mit der guten Gestaltung ist nicht die Gestaltung der Reklame isoliert für sich gemeint, sondern die Gesamterscheinung mit der Umgebung (Orts- und Landschaftsbild). Einen inhaltlich vergleichbaren Ausnahmeparagraphen enthält § 7 RBV: „In Abwägung öffentlicher und privater Interessen sowie in Würdigung der besonderen Umstände des Einzelfalles kann der Gemeinderat der Baubewilligungsbehörde schriftlich begründet Ausnahmen beantragen, sofern dies in den Zonenvorschriften vorgesehen ist. Sofern die Gemeinden nicht andere Bestimmungen erlassen, gilt dies insbesondere: - wenn die Anwendung dieser Vorschriften eine architektonisch und städtebaulich vernünftige Lösung verunmöglicht; - wenn damit eine bessere Einpassung in den erhaltenen Ortskern erreicht wird; (...) - wenn damit eine wesentliche Verbesserung der Anliegen des Natur- und Landschaftsschutzes ermöglicht wird; (...).“ In Anlehnung an § 7 RBV wird der § umformuliert: <u>§ 11 Ausnahmen von den Reklamevorschriften</u> Die Gestattung von Ausnahmen von diesen Vorschriften ist insbesondere dann möglich, wenn durch die Anwendung dieser Vorschriften eine gute Einpassung ins Orts- oder Landschaftsbild oder ins historische Gebäude verhindert würde. Nach Absprache mit Herrn D. Roth ist die neue Variante zulässig.	+

Vorprüfungshinweis	Stellungnahme Stadt Liestal	Erfüllung der Vorgaben
<u>§ 12 Abs. 4 Bewilligungsverfahren</u> Festlegen eines Gebührenrahmens für die Erteilung der Reklamebewilligung im Reglement.	Ein grober Gebührenrahmen für die maximale Gebührenhöhe wird festgelegt: max. 5'000 Fr. N.B. Verwaltungsgebühren unterstehen dem Kostendeckungs- und Äquivalenzprinzip. Weil sich dadurch die max. Gebührenhöhe relativ leicht feststellen lässt, ist für die Festlegung der Gebührenhöhe die Gesetzesform nicht unbedingt zwingend (Häfeli/Müller, 1998:538). Nach Absprache mit Herrn Roth ist dieser Gebührenrahmen zulässig. Er empfiehlt in der Verordnung einen Zusatz, dass wenn durch die Berechnung über die Fläche ein stossende Gebührenhöhe entsteht, eine Reduktion möglich ist. Dies wird in die Verordnung übernommen.	+
Keine Flächegebühren für die Abgeltung des Reklamebewilligungsverfahrens.	Nach dem Äquivalenzprinzip muss die Höhe der Gebühr in einem vernünftigen Verhältnis stehen zum Wert, den die staatliche Leistung für die Abgabepflichtigen hat (Häfeli/Müller, 1998:527). Der Wert einer Leistung bemisst sich entweder nach dem Nutzen, den sie dem Pflichten bringt oder nach dem Kostenaufwand der konkreten Inanspruchnahme im Verhältnis zum gesamten Aufwand des betreffenden Verwaltungszweiges (BGE 109 Ib 308, 314). In einem neueren Entscheid aus dem Kt. ZH wird die Geschossflächen eines Gebäudes für die Berechnung der Wasseranschlussgebühr als Bemessungskriterium unter dem Gesichtspunkt des Äquivalenzprinzips gutgeheissen. Es wird ausdrücklich gesagt, dass die Erhebung des Werts der staatlichen Leistung mittels schematischen Kriterien erlaubt ist. Eine Abweichung von der schematischen Berechnungsweise ist höchstens bei Industriebauten notwendig, wenn sie entweder einen überdurchschnittlich hohen oder tiefen Wasserverbrauch aufweise. Einen Präzedenzfall im Bereich des Plakatwesens gibt es unseres Wissens nicht, was heisst, dass diese Frage dort entweder noch nicht gestellt oder als nicht umstritten gesehen worden ist. Angesichts der gängigen Praxis, die Gebühren nach Fläche der Plakate zu erheben, ist beides anzunehmen.	-

Vorprüfungshinweis	Stellungnahme Stadt Liestal	Erfüllung der Vorgaben
	Der Zusammenhang zwischen Wert der Dienstleistung für den Gebührenpflichtigen und dem Bemessungskriterium ist jedenfalls gegeben: Je grösser die Fläche, desto grösser ist die Wirkung und somit der Wert für den Gebührenpflichtigen! Aufgrund der Tatsache, dass die Gebühren in ihrer jetzigen Form akzeptiert sind und erst 2005 so festgelegt wurden, ist eine erneute Änderung zu vermeiden. Herr Roth erklärt, dass die aktuelle Rechtsprechung eindeutig davon ausgeht, dass die Gebühr an den Verwaltungsaufwand gekoppelt sein muss. Die aktuelle Praxis in vielen Bereichen weicht aber davon ab.	
<u>§ 19 Inkrafttreten</u> Sicherheitsdirektion statt Justiz-, Polizei- und Militärdirektion + Genehmigungsformel.	Der Reglementstext wird angepasst. Der Einwohnerratsbeschluss wird in der Regel nicht auf dem Reglement vermerkt.	+
Anhänge		
Die Anhänge können nicht als rechtsverbindlich erklärt werden, da sie übergeordnete rechtliche Grundlagen enthalten.	Die Anhänge haben nur erläuternden Charakter und sind nicht Genehmigungsinhalt. Die übergeordneten gesetzlichen Grundlagen sowie die Skizzen und Kommentare werden in vom Reglement unabhängigen Merkblättern untergebracht. Die Kommentare (Marginalien) werden im Reglement als solche bezeichnet.	+
Reklameverordnung		
<u>§ 7 Absatz 1 Bewilligung für den öffentlichen Grund</u> Die Bestimmung, dass die Plakatierbewilligung auf öffentlichem Grund nur an eine Person erteilt wird, muss im Reklamereglement geregelt werden. Eine blosser Regelung in der Verordnung ist ungenügend.	Der Textvorschlag wird in den §7 „Plakatschlagstellen“ integriert.	+

Vorprüfungshinweis	Stellungnahme Stadt Liestal	Erfüllung der Vorgaben
<u>§xy Konzessionserteilung für die Beanspruchung von öffentlichem Grund</u> Die Bewilligung wird für alle Plakatanschlagstellen auf öffentlichem Grund insgesamt sowie an eine Person ausschliesslich erteilt.		
Der Satz „Bewilligungserteilung und Gebührenfestsetzung erfolgen aufgrund einer öffentliche Ausschreibung“ ist zu streichen, da es sich nicht um eine öffentliche Beschaffung handelt.	Die öffentliche Ausschreibung wird gestrichen. N.B. Die öffentliche Ausschreibung der Plakatierbewilligung wird vom Preisüberwacher empfohlen.	+
Bei den Gebühren muss ersichtlich sein, ob es sich um Konzessionsgebühren (Benutzungsgebühren) oder um die Abgeltung des Aufwandes für die Erteilung einer Reklamebewilligung (Verwaltungsgebühr) handelt.	Der Gebührentarif wird unterteilt in eine Verwaltungs- und eine Konzessionsgebühr.	+
<u>§ 8 Bewilligung für den privaten Grund</u> Für die Plakatierung auf privatem Grund ist keine Konzession erforderlich. Vielmehr handelt es sich um eine Polizeierlaubnis, welche, wenn alle Bewilligungsvoraussetzungen erfüllt sind, erteilt werden muss. Eine Befristung ist daher unzulässig.	Die Befristung wird gestrichen.	+

Mitwirkung KMU Liestal

Mitwirkungsangabe	Stellungnahme Stadt Liestal	Erfüllung der Vorgaben
Das Reglement beinhaltet zu viele offen formulierte Paragraphen.	Die offen formulierten Paragraphen haben zwei Gründe: 1. Von der GoR wurde vorgegeben, dass Bestimmungen bzgl. Dimensionen von Reklamen und Reklameträger Gebühren etc. nicht im Reglement sondern in der Verordnung geregelt werden. Dies führt dazu, dass einige Paragraphen offen formuliert wurden. 2. Das Stedtil hat ein Ortsbild von nationaler Bedeutung. Die Einpassung der Reklamen in die historische Bausubstanz ist daher das zentrale Element der Beurteilung eines Reklamegesuchs. Die Aufgabenstellung ist dabei so komplex, dass starre Vorschriften (z.B. Angabe von Maximalgrößen) nicht zum Ziel führen. Damit die Gestuchstellenden künftigen Spielraum für ihr Reklamevorhaben besser abschätzen können, wird das Konsensverfahren eingeführt. Vor dem Projektstart findet ein Gespräch zwischen dem Gestuchstellenden und der Stadtverwaltung statt, wo die Wünsche und Rahmenbedingungen besprochen werden.	+
Die Wahl- und Abstimmungswerbung sollte geregelt werden.	Dieses Anliegen wurde als Grundsatz ins Reglement aufgenommen und wird in der Verordnung in Absprache mit den Parteien ausformuliert.	+

Schalteröffnungszeiten: siehe www.liestal.ch
Vereinbaren Sie einen Termin telefonisch

2012-05-15 Bericht Vorprüfung u. Mitwirkung_Beilage Planungsbericht_Einwohneratsvorlage

