



Reklamereglement der Einwohnergemeinde Liestal; Überarbeitung Reglement und Nachtrag zu Einwohnerratsvorlage 00/5

Kurzinformation

Mit Beschluss vom 20. Juni 2000 hat der Stadtrat die Vorlage Nr. 00/5 für ein neues Reklamereglement zu Händen des Einwohnerrates verabschiedet. Das neue Reklamereglement wurde an der Sitzung vom 05. Juli 2000 vom Einwohnerrat zur Vorberatung an die Spezialkommission Gemeindeordnung und Reglemente (GoR) überwiesen.

Nebst einigen abweichenden Grundsatzbeschlüssen bei den Plakatanschlagstellen hat die GoR den Aufbau des Reglements und die Abgrenzungen zwischen Reglement und Verordnung bemängelt sowie diverse Umformulierungen gewünscht. An der Sitzung vom 09. April 2001 wurde das Reklamereglement deshalb zur Überarbeitung an den Stadtrat zurückgewiesen.

An seiner Sitzung vom 14. März 2002 hat der Stadtrat beschlossen, eine Arbeitsgruppe für die Überarbeitung des Reklamereglements einzusetzen, welche in der Folge an verschiedenen Sitzungen Reglement und Verordnung überarbeitet hat.

Nach Vorprüfung bei der Justiz-, Polizei- und Militärdirektion liegt der überarbeitete Entwurf des Reklamereglements und der Verordnung für die weitere Beratung durch den Einwohnerrat vor.

Antrag

Das Reklamereglement wird genehmigt.

Liestal, 18. März 2003

Für den Stadtrat

Der Stadtpräsident
Marc Lüthi

Der Stadtverwalter a. i.
Bernhard Allemann

DETAILINFORMATIONEN

1. Ausgangslage

Mit Beschluss vom 20. Juni 2000 hat der Stadtrat die Vorlage Nr. 00/5 für ein neues Reklamereglement zu Händen des Einwohnerrates verabschiedet. An seiner Sitzung vom 05. Juli 2000 hat der Einwohnerrat das Reklamereglement zur Vorberatung an die Spezialkommission Gemeindeordnung und Reglemente (GoR) überwiesen. An ihrer Sitzung vom 16. August 2000 hat die GoR nach längerer Beratung Eintreten beschlossen. Gleichzeitig wurde jedoch festgelegt, dass das ebenfalls vorliegende Personalreglement aus zeitlichen Gründen vorgezogen werden muss.

Die GoR hat ihre Beratungen zum Reklamereglement am 10. Februar 2001 wieder aufgenommen. In der Zwischenzeit hat sich eine Subkommission, bestehend aus den Mitgliedern Daniel Schwörer (Vorsitz), Doris Greiner und Eduard Niederberger, das notwendige Fachwissen zusammen mit dem Juristen S. Breitenmoser und der Verwaltung angeeignet.

Das Reklamereglement wurde bis zum 23. Mai 2001 an 7 Sitzungen durch die GoR beraten. Nebst einigen abweichenden Grundsatzbeschlüssen bei den Plakatanschlagstellen wurde der Aufbau des Reglements mit den Abgrenzungen zwischen Reglement und Verordnung bemängelt und diverse Umformulierungen gewünscht.

Die GoR hat deshalb an ihrer Sitzung vom 09. April 2001 beschlossen, das Reklamereglement zur systematischen und redaktionellen Überarbeitung temporär an den Stadtrat zurückzuweisen. Die von der Kommission gefällten inhaltlichen Grundsatzentscheide müssen bei der Überarbeitung einfließen.

2. Lösungsvorschlag/Projektbeschreibung

Mit der Rückweisung an der Sitzung vom 09. April 2001 wurde der Vorschlag gemacht, dass die notwendigen Arbeiten unter der Federführung des Stadtrats und Daniel Schwörer als juristischer Berater gemacht werden sollen. Die GoR wird anschliessend die Detailberatung des Reglements auf der Basis des überarbeiteten Vorschlags des Stadtrates wieder aufnehmen.

Aufgrund eines Personalengpasses auf dem Stadtbauamt konnte die Überarbeitung des Reglements im Jahre 2001 nicht mehr vorgenommen werden.

An seiner Sitzung vom 14. März 2002 hat der Stadtrat beschlossen, gemäss dem Vorschlag der GoR eine Arbeitsgruppe, bestehend aus Stadtrat Heiner Karrer, Daniel Schwörer als juristischer Berater und Jürg Meder als Sachbearbeiter der Stadtbauamtes, für die Überarbeitung des Reklamereglements einzusetzen. Es sind die folgenden Arbeitsschritte vorgesehen:

1. Das Stadtbauamt stellt die massgebenden Unterlagen zusammen (thesenartige Auflistung der Inhalte des Reglements, bisheriger Entwurf, GoR-Protokolle).
2. Erstellen eines Entwurfes des Reglements durch Daniel Schwörer.
3. Erarbeiten eines bereinigten Reglements- und Verordnungsentwurfes durch die Arbeitsgruppe.
4. 2. Vorprüfung bei der Justiz-, Polizei- und Militärdirektion
5. Überarbeitung der Entwürfe aufgrund der Vorprüfung zu Händen des Stadtrates.

Nachdem die Arbeiten der Arbeitsgruppe inkl. Vorprüfung beim Kanton abgeschlossen sind, liegt das Reklamereglement mit der dazugehörenden Verordnung nun in der überarbeiteten Fassung vor und kann dem Einwohnerrat für die weitere Beratung vorgelegt werden.

3. Reklamereglement und Verordnung

Zur vorliegenden, überarbeiteten Fassung können die folgenden wichtigen Punkte festgehalten werden:

- übernommen. Der Plakatanschlag wurde nach ausführlichen Grundsatzdiskussionen im Sinne des Reglementsentwurfes vom 10. Juni 2000 neu definiert.
- Reglement und Verordnung wurden neu strukturiert und in eine von der kantonalen Das neue Reklamereglement wurde in seinen grundsätzlichen Aussagen gegenüber der Fassung vom 10. Juni 2000 nicht verändert.
- Die Grundsätze aus den Beschlüssen der GoR wurden mit Ausnahme des Plakatanschlages Verordnung leicht abweichende, jedoch klarere Systematik eingebettet, indem beispielsweise alle bewilligungsrelevanten Bestimmungen oder Bestimmungen zur Plakatierung oder der Kernzone in einzelne Abschnitte zusammengefasst wurde.
- Das Reglement wurde auf die rechtlich notwendigen Aussagen beschränkt, indem
 - rechtlich nicht relevante Aussagen im Reglement gestrichen oder in die Verordnung verschoben wurden;
 - rechtlich wichtige Aussagen aus der Verordnung in das Reglement aufgenommen wurden.
- Für die Gebühren wurden im Reglement die Grössenordnungen neu festgesetzt. Die Detailbestimmungen werden in der Verordnung und nicht mehr separat geregelt.
- Im Reglement wird definiert, bei welchen Paragraphen Detailbestimmungen möglich sind. Die Verordnung wurde entsprechend angepasst.
- Die neue Fassung widerspricht nicht dem übergeordneten Recht von Bund und Kanton.

4. Vorprüfung

Die Reklamevorschriften wurden der Justiz-, Polizei- und Militärdirektion zur Vorprüfung unterbreitet. Diese stellte mit Bericht vom 13 Februar 2003 fest, dass sämtliche Bestimmungen rechtskonform sind und regte einige redaktionelle Änderungen an, welche mehrheitlich übernommen wurden.

5. Finanzierung/Kosten

Durch das neue Reklamereglement entstehen der Stadt Liestal keine Kosten. Die Gebühren werden mit dem neuen Reglement und der Verordnung angepasst aber nicht erhöht.

6. Termin

Das Reklamereglement soll auf die Sitzung des Einwohnerrates vom 09. April 2003 traktandiert werden.

7. Konsequenz bei Ablehnung der Anträge

Da die zurzeit angewendeten Reklamerichtlinien des Stadtrates in rechtlicher Hinsicht nicht genügen, kann die Stadt Liestal für die Beurteilung der Reklamesuche lediglich auf die kantonale Reklameverordnung abstellen. Damit sind Detailbestimmungen zum Schutze des Ortsbildes oder für die Entfernung ungebührlicher Reklamen nicht mehr gegeben.

8. Beilagen

- Einwohnerratsvorlage 00/5 vom 20. Juni 2000
- Entwurf Reklamereglement vom 25. Februar 2003
- Entwurf Reklameverordnung vom 05. März 2003



Stadt Liestal

ENTWURF

REKLAMEREGLEMENT

vom 25. Februar 2003ⁱ

in Kraft ab ?? . ??????? 2003ⁱⁱ

ⁱ Beschluss des Einwohnerrates vom ?? . ??? 2003

ⁱⁱ Von der Justiz-, Polizei- und Militärdirektion genehmigt am ?? . ????? 2003

Reklamereglement der Stadt Liestal

Vom

Entwurf vom 25. Februar 2003

Der Einwohnerrat der Stadt Liestal, gestützt auf die §§ 46 Absatz 1 und 115 des Gemeindegesetzes¹, auf § 105 Absatz 3 des Raumplanungs- und Baugesetzes² sowie auf § 2 Absatz 3 der kantonalen Verordnung vom 29. Oktober 1996³ über Reklamen, beschliesst:

A. Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Regelungsbereich

Dieses Reglement regelt im Rahmen des Bundesrechts und des kantonalen Rechts das Reklamewesen in Liestal.

§ 2 Zweck

Diese Reglement will unter Berücksichtigung der Anliegen der Dienstleistungsbetriebe, des Gewerbes und der Industrie den Schutz des Orts-, Strassen- und Landschaftsbildes, der Natur- und Baudenkmäler, der Wohnqualität sowie die Verkehrssicherheit im Bereich der Reklamen sicher stellen.

§ 3 Geltungsbereich

¹ Die Bestimmungen dieses Reglements gelten für das gesamte Gemeindegebiet sowie für Reklamen jeder Art.

² Für die Signale gelten die Bestimmungen der kantonalen Verordnung vom 29. Oktober 1996⁴ über Betriebswegweiser, andere besondere Wegweiser und Hinweissignale.

§ 4 Reklamen

¹ Reklamen im Sinne dieses Reglements sind alle öffentlich wahrnehmbaren Kommunikations-einrichtungen und -massnahmen, die direkt oder indirekt der Werbung dienen und mit denen wirtschaftliche oder nichtwirtschaftliche Zwecke verfolgt werden.

¹ SGS 180

² SGS 400

³ SGS 481.12

⁴ SGS 481.16

² Massgebend ist der inhaltliche Bezug der Reklame zum Gelände, zu den Gebäuden oder zum Betriebsareal unabhängig von den Eigentums- und Besitzverhältnissen.

§ 5 Ausgestaltung der Reklamen

¹ Reklamen müssen hinsichtlich ihrer Platzierung, Grösse, Gestaltung und Häufigkeit in einem ausgewogenen Verhältnis zum Gebäude und der Umgebung stehen.

² Sie dürfen für die Umgebung ihres Standortes keine unzumutbaren Immissionen verursachen.

³ Sie dürfen die Verkehrssicherheit nicht beeinträchtigen und müssen das Lichtraumprofil einhalten.

⁴ In den Gewerbezonem dürfen Reklamen den Dachrand überragen. In den übrigen Zonen sind dachrandüberragende Reklamen in angemessenem Rahmen zulässig, wenn sie nicht zweckmässig an der Fassade selbst angebracht werden können.

⁵ Dreidimensionale Reklamen wie grosse Figuren, Ballone, Zeppeline und dgl. sind nur ausnahmsweise zulässig und nur wenn sie das Orts- oder Landschaftsbild nicht beeinträchtigen.

⁶ Vorbehalten bleiben die Bestimmungen für die Kernzone und die Ortsbildschutzzone.

§ 6 Unterhaltspflicht

¹ Reklamen sind von den Verantwortlichen ordnungsgemäss zu unterhalten.

² Zwecklose oder beschädigte Reklamen sind von den Verantwortlichen auf ihre Kosten zu entfernen oder zu ersetzen.

§ 7 Unzulässige Reklamen

¹ Unzulässig sind

- a. akustische Reklamen,
- b. retroreflektierende, fluoreszierende, luminiszierende, blendende, blinkende oder durch wechselnde Lichteffekte wirkende Reklamen im Verkehrsbereich;
- c. werbende Aufschriften auf Fahrbahnen;
- d. Fremdreklamen ausserhalb des Siedlungsgebietes.

² Vorbehalten bleiben die Bestimmungen für die Kernzone und die Ortsbildschutzzone.

B. Bewilligung

§ 8 Grundsatz

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

² Bewilligungsbehörde ist das Stadtbauamt.

§ 9 Bewilligungsverfahren

¹ Bei der Prüfung von Bewilligungsgesuchen, die denkmalgeschützte Gebäude betreffen, ist die kantonale Denkmalpflege anzuhören.

² Bei der Prüfung von Bewilligungsgesuchen, die Gebäude in der Kernzone oder in der Ortsbildschutzzone betreffen, kann das Stadtbauamt eine Subkommission der Stadtbaukommission beratend beiziehen. Die Subkommission wird vom Stadtrat bestimmt.

³ Der Stadtrat regelt das Gesuchs- und Bewilligungsverfahren in der Verordnung.

§ 10 Dauer der Bewilligung

¹ Die Bewilligung ist unbefristet gültig. Vorbehalten bleiben die Absätze 2 – 4 sowie die §§ 18 und 19.

² Der Stadtrat legt in der Verordnung die Fristen für das Aufstellen und das Entfernen von Bau-reklamen und temporären Reklamen fest.

³ Eine Bewilligung fällt dahin, wenn die Reklame gegenstandslos geworden ist oder wenn sie ohne Erlaubnis geändert, versetzt oder ersetzt wird.

⁴ Bei wesentlichen Änderungen der Verhältnisse oder bei nicht gehörigem Unterhalt der Reklame kann die Bewilligung widerrufen werden.

§ 11 Ausnahmen von der Bewilligungspflicht

¹ Von der Bewilligungspflicht sind ausgenommen:

- a. Reklamen in Schaufenstern und Schaukästen sowie Schaufensterbeschriftungen;
- b. unbeleuchtete Firmenanschriften und Eigenreklamen,
 1. wenn sie flach an der Fassade angebracht sind,
 2. wenn pro Fassade nur eine Firmenanschrift und eine Eigenreklame, zwei Firmenanschriften oder zwei Eigenreklamen angebracht sind, und
 3. wenn sie folgende Grössen nicht überschreiten:
 - in der Altstadt bis Format A3,
 - in den Wohn- und Geschäftszonen bis 0,5 m²,
 - in den Gewerbe-zonen bis 1 m²;
- c. unbeleuchtete Angebotstafeln am Eingang von Detailhandelsgeschäften und Gaststätten, wenn sie den Fussgängerverkehr nicht behindern und nur während den Öffnungszeiten aufgestellt sind;
- 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 und drei Wimpelketten pro Betrieb ausserhalb der Kernzone oder der Ortsbildschutzzone;

- f. temporäre Reklamen bis zu einer Fläche von 2 m²;
- g. Baureklamen bis zu einer Fläche von 2 m²;
- h. nicht direkt einsehbare Reklameeinrichtungen in abgeschlossenen Gewerbegebieten;
- i. Plakate an bewilligten Plakatanschlagstellen und an bewilligten Informationstafeln.

³ Bewilligungsfreie Reklamen dürfen nicht gegen die Bestimmungen dieses Reglements und der Reklamenverordnung verstossen.

C. Reklamearten

§ 12 Firmenanschriften, Eigenreklamen

¹ Firmenanschriften sind Reklamen, die aus Firmennamen, Branchenhinweisen und Signeten bestehen und am Gebäude des Betriebes oder in dessen unmittelbarer Umgebung angebracht sind.

² Eigenreklamen sind Reklamen, die für Firmen, Betriebe, Produkte oder kommerzielle Dienstleistungen werben, die mit dem Standort der Reklame in einem örtlichen Zusammenhang stehen.

³ Die Bewilligungsbehörde kann zusätzlich zu § 11 Absatz 1 Buchstabe b weitere Firmenanschriften und Eigenreklamen bewilligen, insbesondere wenn das Gebäude eine ausserordentliche Grösse oder mehrere Kundeneingänge aufweist.

§ 13 Fremdreklamen

¹ Fremdreklamen sind Reklamen, die für Waren und Dienstleistungen werben, die am Reklameort weder hergestellt, gelagert, vertrieben noch angeboten werden.

² Fremdreklamen sind nur zulässig

- a. an den bewilligten Plakatanschlagstellen und bewilligten Informationstafeln,
- b. als temporäre Reklamen, oder
- c. als Baureklamen.

§ 14 Temporäre Reklamen

¹ Temporäre Reklamen sind Reklamen, die aus zeitlich begrenzten, unbeleuchteten Ankündigungen von Veranstaltungen bestehen und insbesondere für sportliche, kulturelle, gesellschaftliche und politische Anlässe oder Ideen sowie für Wahlen und Abstimmungen werben.

² Sie sind auf privatem und öffentlichem Grund sowie an den offiziellen Anschlagstellen in der Stadt innerhalb sowie am Rande des Siedlungsgebietes zulässig. Ausserhalb des Siedlungsgebietes sind sie unzulässig.

³ Werden temporäre Reklamen ohne Zustimmung des Grundeigentümers angebracht oder werden sie nach dem Veranstaltungstermin nicht entfernt, können sie auf Kosten der verantwortlichen Person entfernt werden.

⁴ Der Stadtrat regelt die Einzelheiten in der Verordnung.

§ 15 Baureklamen

¹ Baureklamen sind Reklamen, die an einer Baustelle über das Bauvorhaben, über die am Bau beteiligten Betriebe oder über Verkauf oder Vermietung des Baus orientieren.

² Sie sind befristet, müssen nach Möglichkeit auf einer Tafel zusammengefasst sein und dürfen nicht beleuchtet werden.

§ 16 Informationstafeln

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

D. Plakatanschlag

§ 17 Plakatanschlagstellen

¹ Plakatanschlagstellen sind Reklamen auf öffentlichem oder privatem Grund, die dem wechselweisen Anbringen von Fremdreklamen dienen.

² Der Stadtrat legt in der Verordnung die Anzahl aller Plakatanschlagstellen pro Strasse oder Strassenabschnitt fest und berücksichtigt dabei vornehmlich die Hauptverkehrsachsen, eine ausgewogene Verteilung sowie den Ortsbildschutz. Er darf nicht mehr als insgesamt 120 Plakatanschlagstellen vorsehen.

³ Auf allen Plakatanschlagstellen ist Werbung für Alkohol und Tabak verboten.

§ 18 Bewilligung für den öffentlichen Grund

¹ Die Errichtung und der Betrieb von Plakatanschlagstellen auf öffentlichen Grund bedarf der Bewilligung (Plakatbewilligung öffentlicher Grund). Die Bewilligung ist befristet.

² Die Plakatbewilligung öffentlicher Grund wird für alle Plakatanschlagstellen insgesamt sowie an eine Person ausschliesslich erteilt. Bewilligungserteilung und Gebührenfestsetzung erfolgen aufgrund einer öffentlichen Ausschreibung.

§ 19 Bewilligung für den privaten Grund

¹ Die Errichtung und der Betrieb von Plakatanschlagstellen auf privatem Grund bedarf der Bewilligung (Plakاتبewilligung privater Grund). Die Bewilligung ist befristet.

² Die Plakatanschlagstelle darf Strassen-, Grün- und Freiräume in deren Wirkung nicht beeinträchtigen.

³ Der Stadtrat regelt die Einzelheiten in der Verordnung.

E. Kernzone und Ortsbildschutzzone

§ 20 Ausgestaltung der Reklamen

¹ Reklamen in der Kernzone und in der Ortsbildschutzzone

- a. müssen so gestaltet sein, dass sie nach Form, Massstab, Platzierung, Werkstoff und Farbgebung das historische Gepräge der Altstadt nicht beeinträchtigen;
- b. haben in Proportion, Anordnung, Grösse und Gestaltung auf die Massstäblichkeit und auf die architektonische Gliederung der Fassaden sowie auf den Standort in besonderem Masse Rücksicht zu nehmen;
- c. müssen in der Umgebung geschützter und schützenswerter Bauten und Ortsteile den Belangen der baulichen Einheit und Eigenart Rechnung tragen;
- d. dürfen einzelne architektonische Bauteile wie Gurtsimse, Fensterbänke, Fenstergitter, Pilaster, Zierstöcke, Brüstungsgeländer und dgl. nicht beeinträchtigen;
- e. müssen, wenn sie an einer Liegenschaft mit verschiedenen Geschäften angebracht sind, ästhetisch aufeinander abgestimmt sein.

² Jedes Geschäft in der Kernzone oder in der Ortsbildschutzzone

- a. darf an der Hausfront nur eine Reklame anbringen; historische oder künstlerisch gestaltete Ausleger sind davon ausgenommen;
- b. darf höchstens für drei Markenprodukte werben; die Markenwerbung muss bedeutend kleiner als die Eigenreklame sein.

³ Kernzone und Ortsbildschutzzone richten sich nach dem Teilzonenreglement Zentrum vom 28. März 2001.

§ 21 Unzulässige Reklamen

¹ In der Kernzone sind unzulässig:

- a. Plakattanschlagstellen;
- b. Informationstafeln;
- c. vollflächige Schaufensterbeschichtungen;
- d. Leuchtschriftkästen;

- e. Leuchtschriften in grober oder massiver Form;
- f. auffällige Schriftzüge und Werbesymbole auf Markisen, Rollläden und Klappläden, wenn schon andere Reklamen vorhanden sind;
- g. Reklamen an den Fassaden der Obergeschosse.

² In der Ortsbildschutzzone sind Vorrichtungen gemäss Absatz 1 Buchstaben c – g in der Regel unzulässig. Die Bewilligungsbehörde kann bei wichtigen Gründen sowie bei wenig störender Erscheinung Ausnahmen bewilligen.

§ 22 Verordnung

Der Stadtrat regelt die Einzelheiten zu den §§ 20 und 21 in der Verordnung.

F. Besondere Bestimmungen

§ 23 Mehrere Betriebe in einem Gebäude

Befinden sich mehrere Betriebe in einem Gebäude, so ist die Grösse, Form und Anordnung der Reklamen zusammenzufassen und nach Möglichkeit aufeinander abzustimmen.

§ 24 Gaststätten

¹ Bei Gaststätten ist an jeder Strassenfassade eine beleuchtete Geschäftsbezeichnung mit Leuchtreklame für ein angebotenes Produkt zulässig.

² In der Kernzone und in der Ortsbildschutzzone sind bei Gaststätten nur angeleuchtete Schilder und Geschäftsbezeichnungen zulässig. Leuchtreklamen sind ausnahmsweise gestattet, wenn keine andere Lösung möglich ist.

§ 25 Firmenanschriften und Eigenreklamen ausserhalb des Siedlungsgebietes

¹ Ausserhalb des Siedlungsgebietes sind

- a. Firmenanschriften zulässig,
- b. Eigenreklamen zulässig, sofern sie nicht selbstleuchtend oder angeleuchtet sind.

² Bei Betrieben ausserhalb des Siedlungsgebietes ist pro Fassade nur eine Firmenanschrift oder eine Eigenreklame zulässig. Freistehende Firmenanschriften und Eigenreklamen müssen mindestens 3 m vom Fahrbahnrand entfernt sein.

³ Die Bewilligungsbehörde kann für Firmenanschriften und Eigenreklamen bezüglich der Grösse, der Anzahl und der Lage der Reklame Ausnahmen bewilligen, wenn wichtige Gründe dafür vorliegen und keine öffentlichen oder wesentliche private Interessen dadurch beeinträchtigt werden.

§ 26 Tankstellen

Für Strassenreklamen bei Tankstellen an Haupt- und Nebenstrassen ist insbesondere die Schweizer Norm SN 640 882 („Anzeige der Treibstoffmarke, zusätzliche Anzeigen, Kennzeichnung und Beleuchtung“) anzuwenden.

§ 27 Gebühren

¹ Für Bewilligungen nach diesem Reglement werden Gebühren erhoben.

² Der Stadtrat regelt die Gebühren in der Verordnung. Dabei gelten folgende Höchstsätze

- a. für Reklamebewilligungen:
 1. Firmenanschriften und Eigenreklamen aufgeteilt nach unbeleuchteten (inklusive an- und hinterleuchtete) und selbstleuchtenden Reklamen sowie berechnet nach
 - Schriftgrösse: max. Fr. 75.- pro 0,5 m Höhe und pro 1,5 m Länge, oder
 - Fläche: max. Fr. 100.- pro m², oder
 - Kubus: max. Fr. 150.- pro m³,
 2. Fahne berechnet nach Anzahl: max. Fr. 75.- pro Exemplar,
 3. Wimpelkette berechnet nach Länge: max. Fr. 10.- pro m,
 4. temporäre Reklamen berechnet nach Fläche: max. Fr. 25.- pro m²,
 5. Baureklamen berechnet nach Fläche: max. Fr. 25.- pro m²,
 6. Informationstafel berechnet nach einsehbarer Fläche: max. Fr. 300.- pro m²;
- b. für die Plakatbewilligung öffentlicher Grund:
 1. einmalige Grundgebühr berechnet nach Reklamefläche: max. Fr. 100.- pro m²,
 2. jährliche Betriebsgebühr: gemäss vertraglicher Regelung mit der betreibenden Person;
- c. für Plakatbewilligungen privater Grund:
 1. einmalige Grundgebühr berechnet nach Reklamefläche: max. Fr. 100.- pro m²,
 2. jährliche Betriebsgebühr berechnet nach Reklamefläche:
 - Weltformat: Fr. 60.- pro Jahr,
 - Cityformat: Fr. 120.- pro Jahr,
 - Breitformat: Fr. 180.- pro Jahr,
 - Grossformat: Fr. 720.- pro Jahr;
- d. für Kanzleiverrichtungen: max. Fr. 50.- pro Bewilligung;
- e. für Augenscheine und Besprechungen ab dem dritten Mal pro Gesuch: max. Fr. 100.- pro Stunde;
- f. für die wesentliche Veränderung einer bestehenden Reklame: 50% der entsprechenden Gebühr;
- g. für die Ablehnung eines Gesuches: 30% der entsprechenden Gebühr.

G. Schlussbestimmungen

§ 28 Behördliche Entfernung

Werden unzulässige Reklamen trotz Aufforderung der Bewilligungsbehörde unter Hinweis auf die Folgen im Widerhandlungsfall nicht innert der gesetzten Frist entfernt, lässt die Bewilligungsbehörde die Reklamen auf Kosten der Verantwortlichen beseitigen.

§ 29 Beschwerde

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

§ 30 Strafbestimmungen

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

² Gegen Bussenverfügungen des Stadtrates kann die oder der Betroffene innert 10 Tagen beim Strafgerichtspräsidium die Appellation erklären. Dieses entscheidet endgültig.

§ 31 Übergangsrecht

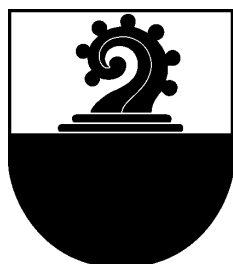
Bestehende Reklamen, die nach bisherigem Recht zulässig waren, müssen bei ihrer Erneuerung, spätestens jedoch innert 10 Jahren seit Inkrafttreten dieses Reglements den neuen Bestimmungen angepasst werden.

§ 32 Aufhebung bestehenden Rechts

Die §§ 43 – 46 des Polizeireglements vom 8. März 1978 werden aufgehoben.

§ 33 Inkrafttreten

Dieses Reglement wird nach der Genehmigung durch die Justiz-, Polizei- und Militärdirektion des Kantons Basel-Landschaft vom Stadtrat in Kraft gesetzt.



Stadt Liestal

ENTWURF

**VERORDNUNG ZUM
REKLAMEREGLEMENT**

vom **5. März 2003**
in Kraft ab **?? . ??????? 2003**

Reklameverordnung der Stadt Liestal

Vom

Entwurf vom 5. März 2003

Der Stadtrat der Stadt Liestal, gestützt auf die §§ 9, 14, 17, 19, 22 und 27 des Reklamereglements vom 25. Februar 2003 (kurz: RR), beschliesst:

A Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Ziele der Bewilligungspolitik zu den Reklamevorschriften

Die wesentlichen Ziele der Reklamevorschriften der Stadt Liestal sind:

- a. Förderung der Qualität unter Rücksichtnahme auf die wirtschaftlichen Anliegen,
- b. Herstellung eines Zusammenhanges in der Ausgestaltung in der Kernzone und den geschützten Bereichen in den Zentrumszonen zwischen den Reklameeinrichtungen und dem Ortsbild,
- c. grosszügige Lösungen in den Wohn-, Geschäfts- und Gewerbezonon unter Einhaltung der übergeordneten Vorschriften.

§ 2 Bewilligungsverfahren

(§ 9 Absatz 3 RR)

¹ Dem Gesuch für das Anbringen einer Reklame ist eine massstäbliche Skizze mit den erforderlichen Angaben über den Standort, die Art der Ausführung (Grösse, Farbe, Text, Befestigung etc.), der Beleuchtung und gegebenenfalls die zeitliche Befristung einer Bewilligung im Doppel beizulegen.

² Sind Gesuchstellende nicht Eigentümerin oder Eigentümer der Liegenschaft, ist dem Gesuch die schriftliche Zustimmung der Eigentümerschaft beizulegen.

§ 3 Temporäre Reklamen

(§ 14 Absatz 3 RR)

¹ Temporäre Reklamen müssen so angebracht werden, dass sie ohne grossen Aufwand oder Beschädigung der Einrichtungen entfernt werden können.

² Auf allen temporären Reklamen ist der Name der verantwortlichen Organisation anzubringen.

³ Das Anbringen von temporären Reklamen auf privatem Areal erfordert die Zustimmung der betreffenden Grundeigentümerin bzw. des betreffenden Grundeigentümers. Das Einholen ist Sache der zuständigen Organisation.

⁴ Temporäre Reklamen auf öffentlichem Grund sind nur an den offiziellen Anschlagstellen der Stadt Liestal (Kulturnägel und dgl.) zulässig. Sie dürfen nicht selbst angebracht werden, sondern sind der Stadtverwaltung abzugeben.

B Plakatanschlagstellen

§ 4 Ziele der Bewilligungspolitik zu den Plakatanschlagstellen

¹ Die wesentlichen Ziele der Plakatierung auf öffentlichem Grund der Stadt Liestal sind:

- a. Förderung einer qualitativ und quantitativ ausgewogenen Plakatierung,
- b. Schutz des Ortsbildes und der gewachsenen Strukturen,
- c. Rücksichtnahme auf architektonische und städtebauliche Anliegen,
- d. Aufwertung von unattraktiven städtischen Räumen,
- e. Respektieren von Grün- und Freiräumen.

² Diese Ziele gelten für Plakatanschlagstellen auf privatem Grund in sinngemässer Weise, soweit sie auf den öffentlichen Raum ausgerichtet sind und diesen optisch belasten.

§ 5 Standorte der Plakatanschlagstellen (§ 17 Absatz 2 RR)

¹ Das Stadtbauamt legt die Standorte aller Plakatanschlagstellen im Detail fest.

² Es legt von den 120 Plakatanschlagstellen 110 an den Hauptverkehrsachsen wie folgt fest:

a. Rheinstrasse Grenze bis Schildareal	Stk. 9	b. Rheinstrasse Schild Areal - Kantonalbank	Stk. 8
c. Bahnhofstrasse	Stk. 2	d. Poststrasse	Stk. 3
e. Kasernenstrasse Kreuzung J2 bis Gitterli	Stk. 10	f. Kasernenstrasse Gitterli bis Törli	Stk. 4
g. Altmarktstrasse	Stk. 3	h. Waldenburgerstrasse	Stk. 5
i. Militärstrasse	Stk. 3	k. Ausfahrt J2	Stk. 2
l. Rosenstrasse	Stk. 7	m. Frenkendörferstrasse	Stk. 4
n. Fraumattstrasse	Stk. 12	o. Erzenbergstrasse	Stk. 4
p. Arisdörferstrasse	Stk. 5	q. Oristalstrasse	Stk. 10
r. Seltisbergerstrasse Grenze bis Törli	Stk. 3	s. Gasstrasse Erzenberg - Kantonalbank	Stk. 5
t. Gerberstrasse / Rebgasse / Weierweg			Stk. 3

³ Es legt die restlichen 10 Plakatanschlagstellen nach eigenem Ermessen zwischen den Hauptverkehrsachsen fest.

§ 6 Bewilligungen für den privaten Grund (§ 19 Absatz 3 RR)

¹ Für die Errichtung und den Betrieb einer Plakatanschlagstelle auf privatem Grund ist ein Gesuch mit einer massstäblichen Skizze mit den erforderlichen Angaben über Art und Ausführung, Grösse, Farbe, und Befestigungsart einzureichen. Die Dauer der Befristung ist anzugeben.

² Konstruktion und Ausfertigung des Trägermaterials sind zu beschreiben, ebenso die Abstände ab Boden und innerhalb der Gruppe.

³ Sofern die Gesuchstellenden nicht Eigentümerin bzw. Eigentümer der Liegenschaft sind, haben sie als Voraussetzung für die Erteilung der Reklamebewilligung deren respektive dessen Zustimmung beizubringen.

⁴ Plakatflächen B4, B12 und B200 können in der Linie, rechtwinklig und schräg zur Strasse oder dominierenden Gebäudefluchten angeordnet werden (s. Anhang).

⁵ Einsichtbare, nicht plakatierte Rückseiten haben erhöhten gestalterischen Anforderungen zu genügen (z.B. zusätzliches Riffel- oder Lochblech).

⁶ Die mechanische Reinigung und Schneeräumung von Trottoir und Strassenraum darf nicht behindert werden.

⁷ Grenzabstände gegenüber Strassen werden analog zu Art. 95 ff der Signalisationsverordnung (SR 741.21) vom 5. September 1979 (SSV) beurteilt.

⁸ Plakatanschlagstellen an Kantonsstrassen bedürfen der Zustimmung der kantonalen Verkehrsabteilung.

⁹ Es sind die Sichtzonen bei Einmündungen, Knoten und Fussgängerstreifen insbesondere bei Schulwegen zu beachten. Für die Verkehrssicherheit gilt Art. 6 des Strassenverkehrsgesetzes (SR 741.01) vom 19. Dezember 1958 (SVG).

¹⁰ Das Trägermaterial von Plakatstellen darf keine Unfallgefahr darstellen.

C Kernzone und die Ortsbildschutzzone (§§ 21 + 22 RR)

§ 7 Ziele der Bewilligungspolitik in der Kernzone

¹ Das wesentliche Ziel der Reklamevorschriften in der Kernzone der Stadt Liestal ist die Ermöglichung den heutigen Bedürfnissen entsprechender, jedoch zurückhaltender Reklamen im historischen Städtchen.

² Dies wird insbesondere durch folgende Ausgestaltung der Reklamen erreicht:

- a. 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,
- b. Durchbrochene Signete, Schriften oder Einzelbuchstaben wirken als Folge der Schatteneinwirkung belebt und akzentuiert,
- c. Historische oder künstlerisch gestaltete Ausleger und Stechschilder können dekorativ und werbewirksam sein, sofern sie nicht zu häufig auftreten.
- d. Ihrer Funktion entsprechend sollen Schaufenster in erster Linie durch die präsentierten Produkte wirken und einladend gestaltet sein. Vollflächige Beschichtungen sind nur temporär denkbar.

§ 8 Allgemeines

¹ Reklamen dürfen bis zur Oberkante der Fensterbrüstung des ersten Geschosses angebracht werden. Ausgenommen sind aufgemalte künstlerisch/dekorativ gestaltete Signete/Schriften. Diese sind bis zur Oberkante des Fensterabschlusses des 2. Obergeschosses zugelassen.

² Aufgemalte künstlerisch/dekorativ Signete/Schriften dürfen angeleuchtet werden.

³ Die Signete, Schriften oder Einzelbuchstaben sind mit einem kleinen Abstand zur Fassade zu montieren. Sie sind und in Metall, Glas, Kunststoff o. ä. auszuführen.

⁴ Die Signete, Schriften oder Einzelbuchstaben dürfen an- oder hinterleuchtet werden.

⁵ Stechschilder dürfen maximal 65 cm auskragen und müssen mindestens 2.5 m (unterkant) ab Gehfläche angebracht sein.

⁶ Schaufensterbeschichtungen (Folien, Bemalungen, Plakate, etc.) dürfen das Strassenbild nicht beeinträchtigen.

D Gebühren

(§ 27 RR)

Die Gebühren sind im Anhang I geregelt

E Inkrafttreten

Diese Verordnung tritt am (Stadtratsbeschluss Nr. vom) in Kraft.

Für den Stadtrat

Der Stadtpräsident

Der Stadtverwalter a.l.

Marc Lüthi

Bernhard Allemann

Anhang I: Gebührenordnung

Anhang II: Schema der Plakatformate

Anhang I

Gebührenordnung

1. Gebührenfrei

A) Kernzone	bis Format A3
B) Wohn- und Wohn-/Geschäftszonen	bis 0.50 m2
C) Gewerbezone	bis 1.00 m2
D) Baureklamen + Vermietungen	bis 2.00 m2
E) Temporäre Reklamen	bis 2.00 m2
F) Fahne mit Mast	Stck. 1

2. Schriften und Signete (m1)

direkt auf Hausfassade montiert

Höhe maximal	bis	Länge	unbeleuchtet, ange- leuchtet, hinterleuchtet pro Einrichtung	beleuchtet (Kästen, Schriften, etc) pro Einrichtung
bis	0.50 m	1.50 m	CHF 50.00	CHF 75.00
bis	1.00 m	3.00 m	CHF 100.00	CHF 150.00
bis	1.50 m	4.50 m	CHF 150.00	CHF 225.00
bis	2.00 m	6.00 m	CHF 200.00	CHF 300.00
bis	2.50 m	7.50 m	CHF 250.00	CHF 375.00
und mehr		max.	CHF 300.00	CHF 450.00

3. Schilder und Signete (m2)

auf Tafel oder Kasten an Fassade montiert

Fläche	unbeleuchtet, ange- leuchtet, hinterleuchtet pro Einrichtung / Seite	beleuchtet (Kästen, Schilder, etc) pro Einrichtung / Seite
bis 1.00 m2	CHF 50.00	CHF 100.00
bis 2.00 m2	CHF 100.00	CHF 200.00
bis 3.00 m2	CHF 150.00	CHF 300.00
bis 4.00 m2	CHF 200.00	CHF 400.00
bis 6.00 m2	CHF 300.00	CHF 500.00
bis 8.00 m2	CHF 400.00	CHF 600.00
bis 10.00 m2	CHF 500.00	CHF 700.00
und mehr max.	CHF 500.00	CHF 700.00

4. Freistehende Reklameeinrichtungen

Kubus	unbeleuchtet, ange- leuchtet, hinterleuchtet pro Einrichtung	beleuchtet (Kuben, Stechschilder, etc) pro Einrichtung
Tafeln / Aushängeschilder	gem. Punkt 3	gem. Punkt 3
Kuben bis 1.00 m3	CHF 100.00	CHF 150.00
Kuben bis 1.50 m3	CHF 200.00	CHF 300.00
Kuben bis 2.00 m3	CHF 300.00	CHF 450.00
Kuben bis 4.50 m3	CHF 400.00	CHF 600.00
und mehr max.	CHF 500.00	CHF 750.00

5. Flaggen und Wimpel

Art	unbeleuchtet oder angeleuchtet			
Flaggen / Fahnen	CHF	75.00	pro	Stk. inkl. Mast
Wimpel / Girlanden	CHF	10.00	pro	ml

6. Baureklamen und temporäre Reklamen

bis	3.00 m2	CHF	75.00	nur unbeleuchtet
bis	4.00 m2	CHF	100.00	
bis	5.00 m2	CHF	125.00	
bis	6.00 m2	CHF	150.00	
bis	8.00 m2	CHF	175.00	
bis	10.00 m2	CHF	200.00	
pro weitere	2.00 m2	je CHF	25.00	

7. Informationstafeln

Fläche		unbeleuchtet pro Einrichtung		beleuchtet pro Einrichtung	
bis	1.00 m2	CHF	200.00	CHF	300.00
bis	2.00 m2	CHF	400.00	CHF	600.00
bis	3.00 m2	CHF	600.00	CHF	900.00
bis	4.00 m2	CHF	800.00	CHF	1'200.00
bis	5.00 m2				
und mel	max.	CHF	1'000.00	CHF	1'500.00

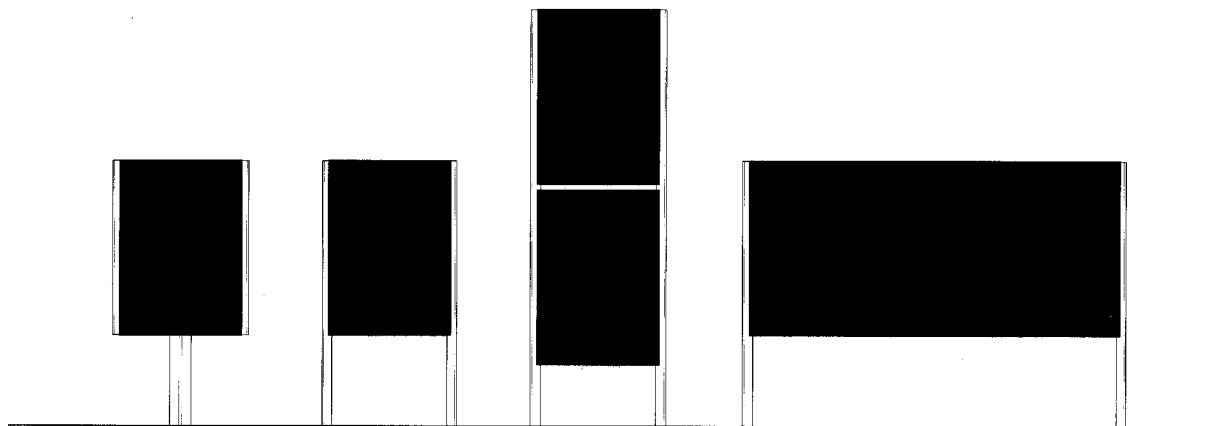
8. Plakatanschlagstellen

Format / Masse	Errichtungsgebühr Einmalig		Betriebsgebühr Wiederkehrend	
Weltformat B4 89.5 x 128cm		1.20 m2	CHF/Jahr	60.00
Breitformat B12 268.5 x 128cm	CHF	100.00	CHF/Jahr	120.00
Cityformat B200 117.5 x 170cm	CHF	3.50 m2 300.00	CHF/Jahr	180.00
Grossformat 12 m2 388 x 295cm	CHF	2.00m2 200.00	CHF/Jahr	720.00
	CHF	11.50m2 1'000.00		

8. Gebühren für Dienstleistungen

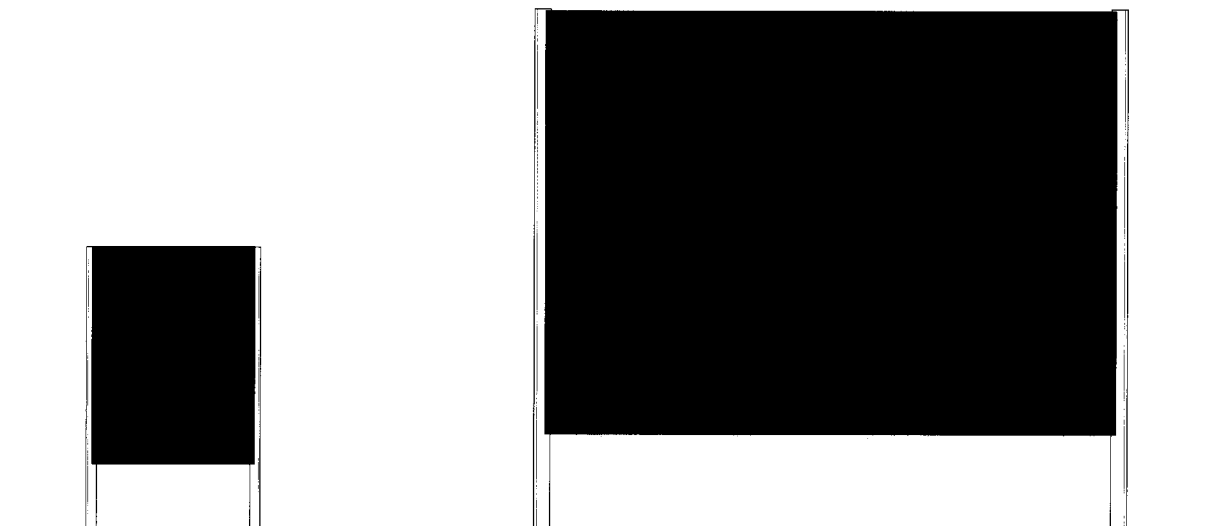
A)	Kanzleigebür	CHF	50.00
B)	ab drittem Augenschein / Besprechung, zuusätzlicl pro Gesuch	max CHF	100.00
C)	für die Ablehnung eines Gesuches der entsprechenden Gebühr		30%
D)	für wesentliche Veränderungen einer bestehenden Reklame der entsprechenden Gebühr		50%

ANHANG II
Plakatflächen



B 4 (89,5 x 128)
Weltformat

B 12 (268,5 x 128)
Breitformat



B 200 (117,5 x 170)
Cityformat
Euroformat

GF (400 x 300)
Grossformat