

**Gemeinde Richterswil
Gemeinderat**

Gemeinderatskanzlei
Seestrasse 19
8805 Richterswil
044 787 12 11
gemeinderatskanzlei@richterswil.ch

richterswil

Reglement für Reklameanlagen

vom 3. Juli 2023

SRR 700.41

In Kraft ab 1. Juli 2023

Inhaltsverzeichnis

A. Allgemeine Bestimmungen	3
Art. 1 Zweck.....	3
Art. 2 Geltungsbereich.....	3
Art. 3 Verbindlichkeit	3
B. Rechtsgrundlagen	3
Art. 4 Bewilligungspflicht.....	3
Art. 5 Einordnung und Gestaltung.....	4
Art. 6 Verkehrssicherheit	4
C. Begriffe.....	4
Art. 7 Reklameanlagen	4
Art. 8 Plakatanschlagstellen.....	5
Art. 9 Kulturplakatstellen	5
Art. 10 Leuchtplakatstellen.....	5
Art. 11 Digitale Werbeflächen.....	5
Art. 12 Mobile Anschlagstellen.....	5
Art. 13 Himmelsstrahler, Skybeamer	5
Art. 14 Schaufenster.....	5
D. REKLAMEANLAGEN.....	6
Art. 15 Alleinrecht für Aussenwerbung.....	6
Art. 16 Standorte und Eignungsgebiete	6
Art. 17 Eignungsgebiet A (im Plan grün)	6
Art. 18 Eignungsgebiet B (im Plan rot)	6
Art. 19 Eignungsgebiet C (im Plan gelb).....	7
Art. 20 Abmessungen und Anordnung	7
Art. 21 Besondere Ankündigungen.....	8
Art. 22 Temporäre Aussenwerbung.....	8
E. Lichtemissionen	8
Art. 23 Helligkeit.....	8
Art. 24 Betriebszeiten Beleuchtung.....	9
F. Schlussbestimmungen	9
Art. 25 Inkraftsetzung.....	9
Art. 26 Vollzug	9
Anhang.....	10

Der Gemeinderat Richterswil erlässt, gestützt auf Art. 22 der Gemeindeordnung (SRR 100.1) nachfolgendes Reglement

A. Allgemeine Bestimmungen

Art. 1 Zweck

Das Reglement für Reklameanlagen und Plakatanschlagstellen weist auf Rechtsgrundlagen hin, bezeichnet die Eignungsgebiete und umschreibt die Grundsätze für die Bewilligungsfähigkeit.

Art. 2 Geltungsbereich

Das Reglement gilt für alle Reklameanlagen auf öffentlichem und privatem Grund des Gemeindegebietes Richterswil im Sinne des kantonalen Planungs- und Baugesetzes (PBG), der Bauverfahrensverordnung (BVV) und der Polizeiverordnung der Gemeinde Richterswil (PolV)¹.

Art. 3 Verbindlichkeit

Das vom Gemeinderat beschlossene Reglement ist für die Behörden bindend. Sie können von den zuständigen Instanzen zur Bewilligung von Reklameanlagen und zur Beurteilung von Rekursen herangezogen werden.

B. Rechtsgrundlagen

Art. 4 Bewilligungspflicht

¹ Das Aufstellen, Anbringen und Ändern von Reklameanlagen bedarf einer baurechtlichen Bewilligung (§ 309 lit. m PBG).

² Von der Bewilligungspflicht befreit sind nicht leuchtende Eigenreklamen auf privatem Grund bis zu einer Fläche von 0.50 m² je Betrieb (§ 1 lit. f BVV) sowie nach aussen nicht in Erscheinung tretende Anlagen. Sie sind jedoch nicht befreit von der Pflicht, die materiellen Bauvorschriften einzuhalten (§ 2 Abs. 2 BVV).

³ Reklameanlagen dürfen erst nach Erhalt der schriftlichen Bewilligung montiert werden. Wer eigenmächtig Reklamen ohne baurechtliche Bewilligung anbringt oder verändert, kann gestützt auf § 340 PBG mit Busse bestraft werden. Nicht bewilligte Reklameanlagen können auf Kosten der Verursacher entfernt werden.

⁴ *aufgehoben*²

¹ Totalrevision Polizeiverordnung vom 19.06.2024 (SRR 310.1), ersetzt die Polizeiverordnung vom 17.03.2010

² Art. 35 Polizeiverordnung wurde mit Totalrevision der Polizeiverordnung vom 19.06.2024 (SRR 310.1) per 01.07.2024 aufgehoben, womit Absatz 4 hinfällig und aufgehoben ist. Die Bestimmungen zu Strassenreklamen sind in Art. 95 ff der Strassensignalisationsverordnung vom 05.09.1979 (SSV, SR 741.21) zu finden; die Bewilligungspflicht explizit in Art. 99 SSV.

⁵ Der Gemeinderat kann in begründeten Fällen Ausnahmen von der Bewilligungspflicht vorsehen.

Art. 5 Einordnung und Gestaltung

¹ Reklameanlagen müssen für sich und in ihrem Zusammenhang mit der baulichen und landschaftlichen Umgebung im Ganzen und in ihren einzelnen Teilen so gestaltet sein, dass eine befriedigende Gesamtwirkung erreicht wird; diese Anforderungen gelten auch für Materialien und Farben (§ 238 Abs. 1 PBG). Sie dürfen Gebäude oder den betreffenden Aussenraum nicht dominieren und müssen sich in Grösse und Anordnung den Gebäuden oder Aussenräumen unterordnen.

² Auf Objekte des Natur- und Heimatschutzes ist besonders Rücksicht zu nehmen (§ 238 Abs. 2 PBG). Die Gesamtwirkung von Reklameanlagen in der Nachbarschaft solcher Objekte sowie generell in planungsrechtlich geschützten Ortsbildern wie Kernzonen muss nicht nur befriedigend, sondern gut sein.

Art. 6 Verkehrssicherheit

¹ Die Reklameanlagen werden gestützt auf die Verkehrssicherheitsvorschriften von Art. 95 bis 100 der eidgenössischen und § 26 der kantonalen Signalisationsverordnung überprüft.

² Reklameanlagen, welche die Verkehrssicherheit beeinträchtigen, dürfen nicht bewilligt werden. Es gelten die Abstände gemäss Anhang A 5.

C. Begriffe

Art. 7 Reklameanlagen

¹ Reklameanlagen sind temporäre oder dauernde Einrichtungen, Ankündigungen und Anpreisungen in Schrift, Form, Farbe, Licht und Ton. Darunter fallen auch Plakatierungen aller Art.

² Es werden folgende Reklametypen unterschieden:

- Firmenanschriften bestehen aus dem Firmennamen, dem oder den Branchenhinweisen (z.B. "Baustoffe", "Metzgerei", "Restaurant") und gegebenenfalls einem Firmensignet. Sie werden am Gebäude der Firma selbst oder in dessen unmittelbaren Nähe angebracht/aufgestellt.
- Eigenreklamen werben für Firmen, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen und dergleichen, die mit dem Standort der Reklame in einem örtlichen Zusammenhang stehen, das heisst am Gebäude selbst oder in dessen unmittelbarer Nähe angebracht/aufgestellt sind.
- Fremdreklamen werben für Firmen, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen und dergleichen, die mit dem Standort der Reklame in keinem örtlichen Zusammenhang stehen.

Art. 8 Plakatanschlagstellen

Plakatanschlagstellen sind dauernde Einrichtungen zum wechselweisen Anschlag von Plakaten. Sie dienen der kommerziellen Werbung, der Ankündigung von Veranstaltungen und kulturellen Anlässen.

Art. 9 Kulturplakatstellen

Kulturplakatstellen sind dauernde Einrichtungen für Plakate ohne kommerzielle Werbung (z.B. Litfasssäule, Kulturveranstaltungen). Diesen gleichgestellt sind Einrichtungen zur Information (z.B. Ortsplan-Ständer, Stelen, Orientierungstafeln).

Art. 10 Leuchtplakatstellen

Leuchtplakatstellen sind dauernde Einrichtungen für hinterleuchtete Plakate im Allgemeinen und lichtemittierenden Dioden (LED) im Speziellen.

Art. 11 Digitale Werbeflächen

Screens, e-Panels und eBoards sind dauernde Einrichtungen für die digitale Werbung mit automatischen Bilderwechseln und Spots (LED, LCD). Darunter fallen auch Prismenwender und Drehautomaten.

Art. 12 Mobile Anschlagstellen

Mobile Anschlagstellen sind nicht beleuchtete und nicht leuchtende temporäre Einrichtungen die im Zusammenhang mit einem Anlass, einem Ereignis oder einem Fest aufgestellt werden (z.B. Abstimmungs- und Wahlplakate oder amtliche Ankündigungen).

Art. 13 Himmelsstrahler, Skybeamer

Himmelsstrahler, Himmelscheinwerfer oder Skybeamer (bzw. Skytracker) sind besonders starke Projektionsscheinwerfer, welche meist zu Werbezwecken, z. B. von Diskotheken, betrieben werden. Das Licht wird dabei nach oben in den Nachthimmel abgestrahlt, mitunter als besonders auffällige, rotierende Bündel von Lichtstrahlen. Die Wirkung kommt durch Streuung des Lichtes an Dunst und Wolken zustande.

Art. 14 Schaufenster

Schaufenster sind meist grossflächige Durchsichtfenster eines Handelsbetriebs oder eines Ladens, hinter denen Waren von aussen sichtbar für Passanten zur Schau gestellt werden oder auf Dienstleistungen hingewiesen wird.

D. REKLAMEANLAGEN

Art. 15 Alleinrecht für Aussenwerbung

Die Gemeinde Richterswil hat der Allgemeinen Plakatgesellschaft (APG) das Alleinrecht für den Anschlag von kommerziellen Plakaten und anderen Formen der Aussenwerbung sowie für die Erstellung der entsprechenden Werbeträger übertragen. Dieses Alleinrecht gilt für den gesamten sich im Besitz der Gemeinde Richterswil befindenden öffentlichen Grund, resp. für diejenigen Plakatstellen, welche die Gemeinde für politische und kulturelle Zwecke auf privatem Grund gemietet hat.

Art. 16 Standorte und Eignungsgebiete

¹ Die Kriterien zur Standortwahl für Reklameanlagen berücksichtigen die Werbefunktion sowie die bauliche und landschaftliche Umgebung.

² Das Gemeindegebiet wird in die drei Eignungsgebiete A, B und C unterteilt (siehe Plan Anhang 1).

Art. 17 Eignungsgebiet A (im Plan grün)

¹ Im Eignungsgebiet A sind folgende Standorte für Reklameanlagen geeignet:

- Industriezone, Gewerbezone A, Gewerbezone B Oberschwanden
- Areal des Bahnhofs Samstagern
- Durchgangsstrassen mit erheblichem Verkehrsaufkommen innerhalb von Bauzonen (Seestrasse, Zugerstrasse, Bergstrasse, Stationsstrasse)

² Zulässig sind:

- Firmenbeschriftungen aller Art
- Plakatanschlagstellen in allen Formaten
- Leuchtplakatstellen und Digitale Werbeflächen, wenn sie in bauliche Strukturen integriert sind
- Kulturplakatstellen
- Mobile Anschlagstellen

Art. 18 Eignungsgebiet B (im Plan rot)

¹ Im Eignungsgebiet B sind folgende Standorte für Reklameanlagen geeignet:

- Kernzonen ausserhalb des Ortsbildes von überkommunaler Bedeutung
- Wohnzonen mit Gewerbebeileichterung
- Gewerbezone B mit überwiegender Wohnnutzung (Mülenen Nord, Zinggeler Areal, Bruggeten)
- Areale der Bahnhöfe Richterswil, Burghalden und Grünenfeld
- Durchgangsstrassen mit erheblichem Verkehrsaufkommen ausserhalb von Bauzonen (Seestrasse, Zugerstrasse, Bergstrasse, Stationsstrasse)
- Verbindungsstrassen innerhalb von Bauzonen (Einsiedlerstrasse, Beichlenstrasse, Rothenblattstrasse, Hüttenerstrasse)

² Zulässig sind:

- Firmenbeschriftungen aller Art
- Plakatanschlagstellen in den Formaten F4 und F12, wenn im Umkreis von 100 m noch keine Plakatanschlagstellen bestehen
- Kulturplakatstellen
- Mobile Anschlagstellen

Art. 19 Eignungsgebiet C (im Plan gelb)

¹ Im Eignungsgebiet C sind folgende Standorte für Reklameanlagen geeignet:

- Kernzonen innerhalb des Ortsbildes von überkommunaler Bedeutung, ausgenommen die Seestrasse als Durchgangsstrasse mit erheblichem Verkehrsaufkommen sowie das Areal des Bahnhofs Richterswil
- Wohnzonen
- Zone für öffentliche Bauten und Erholungszone, ausgenommen für Bandenwerbung bei Sportanlagen
- Gebiete ausserhalb der Bauzonen (Reservezone, Freihaltezone, Landwirtschaftszone, Wald)
- Verbindungsstrassen ausserhalb von Bauzonen (Einsiedlerstrasse, Beichlenstrasse, Rothenblattstrasse, Hüttenerstrasse)

² Zulässig sind:

- Firmenbeschriftungen aller Art
- Plakatanschlagstellen im Format F4
- Kulturplakatstellen
- Mobile Anschlagstellen

Art. 20 Abmessungen und Anordnung

¹ Die Abmessungen der zulässigen Plakatträger gehen aus der Tabelle im Anhang 2 hervor. Die nachstehenden Bestimmungen beziehen sich auf diese Tabelle.

² Die Plakatträger sind so aufzustellen, dass der Höhenabstand ab Boden (Strasse oder Trottoir) bis zur Unterkante des Plakates eingehalten wird. Die Höhenabstände gelten unabhängig vom Terrainverlauf und vom Gefälle.

³ Wenn mehrere Plakatträger nebeneinander aufgestellt werden, ist von der einen Plakatträgerseite zur nächsten ein Abstand einzuhalten. Gemessen wird von Aussenkante zu Aussenkante des Trägers.

⁴ Plakatträger können in Gruppen konzentriert angeordnet werden. Zwischen Plakatträgern ausserhalb von Gruppen ist ein angemessener plakatfreier Raum unter Berücksichtigung der örtlichen Verhältnisse zu lassen.

⁵ Die Grundsätze zur Ausrichtung der Plakatträger (parallel, rechtwinklig oder schräg zur Strasse bzw. zu einer dominanten Gebäudeflucht) sind einzuhalten. Die räumliche Ausrichtung muss den örtlichen Verhältnissen angepasst werden.

Art. 21 Besondere Ankündigungen

Für besondere Ankündigungen politischer, schulischer, amtlicher und verkehrssicherheitsmässiger Art können in allen Gebieten zusätzliche mobile Plakatständer auf öffentlichem Grund bewilligt werden. Bis zu einer Dauer von maximal zwei Monaten sind sie baurechtlich bewilligungsfrei.

Art. 22 Temporäre Aussenwerbung

¹ Temporäre Aussenwerbung ist grundsätzlich bis zu einer Dauer von einem Monat baurechtlich bewilligungsfrei.

² Megaposter (Werbeposter grösser als 12 m²) sind in jedem Fall bewilligungspflichtig, auch unter einer Dauer von einem Monat. Die Bewilligungsdauer von Megaposter ist zu beschränken.

³ Baureklametafeln gemäss § 1 lit. c BVV sind während der Dauer der Bauausführung baurechtlich bewilligungsfrei.

⁴ Für Aussenwerbung und Baureklametafeln an Strassen ist, unabhängig von der Dauer, in jedem Fall eine strassenverkehrsrechtliche Bewilligung gemäss Art. 4 Abs. 4 und Art. 6 einzuholen.

E. Lichtemissionen

Art. 23 Helligkeit

¹ Die Lichtintensität von Leuchtplakaten und Digitalen Werbeflächen soll sich der Umgebung anpassen und weder das Umfeld noch andere Elemente überstrahlen (an die Umgebung angepasste Helligkeit). Sie dürfen nicht blenden und es sind möglichst warme Lichtfarben zu verwenden.

² Digitale Werbeflächen dürfen keine bewegten Bilder (Filme, Lauflichter oder Lauftexte) zeigen, nicht blinken und die Bilder oder Texte dürfen nicht zu schnell wechseln (Zeitabstand mindestens 15 bis 20 Sekunden).

³ Reklameanlagen, Leuchtplakate und Digitale Werbeflächen sind betreffend Helligkeit maximal wie folgt zu betreiben:

- Im Eignungsgebiet A mit maximal 300 cd/m² (Candela pro m² im hellsten Punkt)
- Im Eignungsgebiet B mit maximal 100 cd/m² (Candela pro m² im hellsten Punkt)
- Im Eignungsgebiet C mit maximal 40 cd/m² (Candela pro m² im hellsten Punkt)

⁴ Die mittlere Leuchtdichte beim Anleuchten nicht selbstleuchtender Schilder und Beschriftungen von Gewerbebetrieben darf einen Wert von 2 cd/m² nicht übertreffen. Dadurch entsteht keine störende Blendwirkung auf die Nachbarschaft.

⁵ Für die Beurteilung und Begrenzung der Lichtemissionen von Leuchtplakaten und Digitalen Werbeflächen ist im Weiteren auf die "Empfehlungen zur Vermeidung von Lichtemissionen" des BAFU abzustützen.

Art. 24 Betriebszeiten Beleuchtung

¹ Sämtliche leuchtenden Reklameanlagen (u.a. Leuchtplakatstellen, Digitale Werbeflächen, Schaufensterbeleuchtungen, Firmenbeschriftungen, Kranwerbung, temporäre Aussenwerbung, ...) sind in allen Eignungsgebieten von 22.00 Uhr bis 6.00 Uhr resp. spätestens 30 Minuten nach Betriebsschluss des dazugehörigen Gewerbebetriebs auszuschalten.

² In den Eignungsgebieten B und C sind zusätzlich auch Bildschirme und Digitale Werbeflächen in Schaufenstern von 22.00 Uhr bis 6.00 Uhr auszuschalten.

³ Auf das Anleuchten nicht selbstleuchtender Schilder und Beschriftungen ist von 22.00 Uhr bis 6.00 Uhr zu verzichten. Bei Gewerbebetrieben ist es während der Betriebszeit des Gewerbes bis maximal 30 Minuten nach Betriebsschluss erlaubt.

⁴ Der Planungs- und Bauausschuss kann in begründeten Einzelfällen weitere Ausnahmen bewilligen.

⁵ Für die Dauer von traditionellen Anlässen (z. B. Räbechilbi) kann von der Gemeinde angeordnet werden, dass die Beleuchtung sämtlicher Werbeeinrichtungen und Schaufenster in der Kernzone abgeschaltet wird.

F. Schlussbestimmungen

Art. 25 Inkraftsetzung

Das Reglement wird nach rechtskräftiger Genehmigung durch den Gemeinderat in Kraft gesetzt. Der Gemeinderat Richterswil publiziert das Datum der Inkraftsetzung.

Art. 26 Vollzug

Mit dem Vollzug des Reglements wird die Abteilung Planung und Bau in Zusammenarbeit mit der Abteilung Sicherheit und Einwohnerwesen (Polizei) beauftragt.

Gemeinderat Richterswil

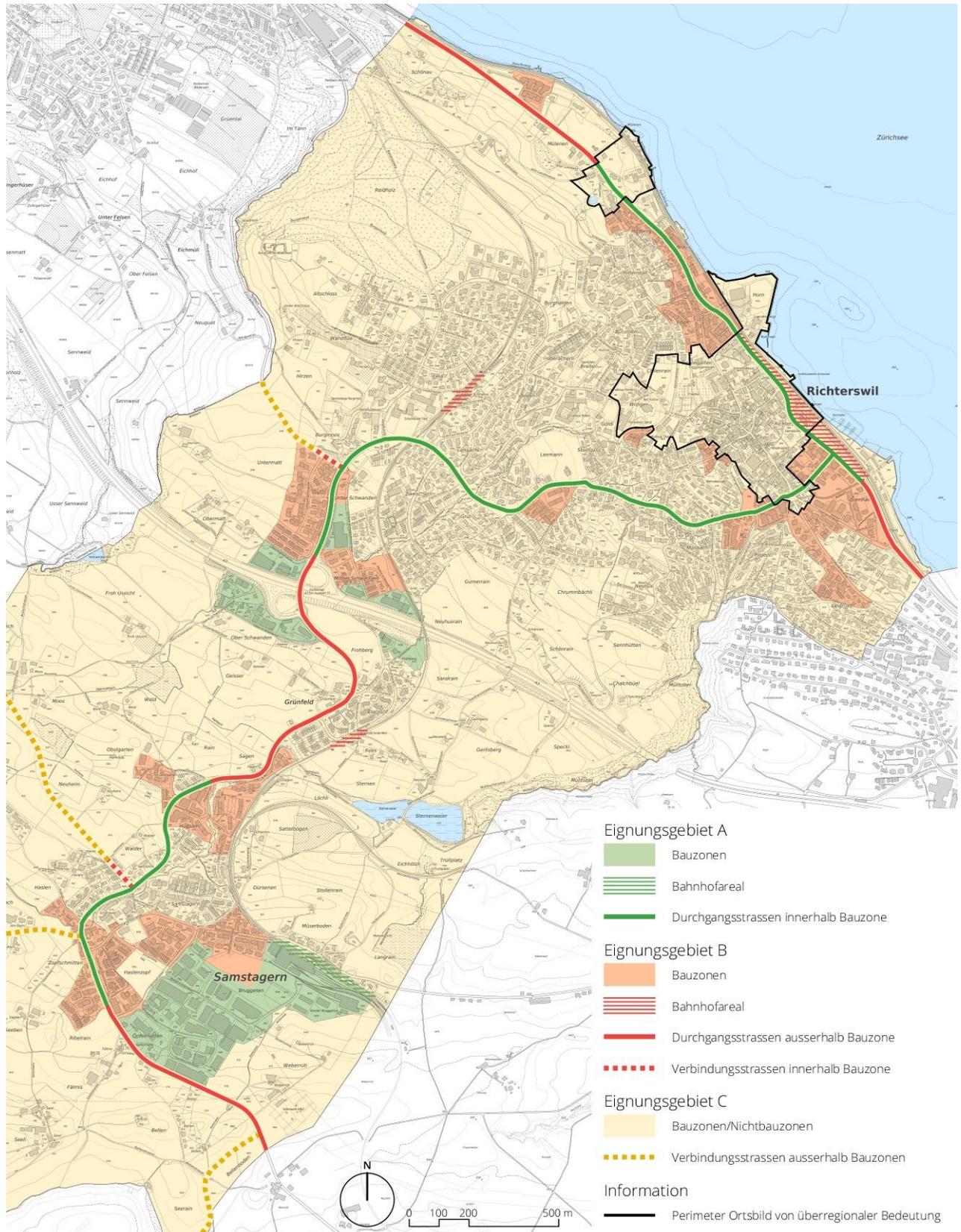
Marcel Tanner
Gemeindepräsident

Roger Nauer
Gemeindeschreiber

Genehmigt mit Gemeinderatsbeschluss Nr. 2023-102 vom 3. Juli 2023.

Anhang

A 1 Eignungsgebiete



A 2 Tabelle Abmessungen Plakatträger

Die nachstehenden Masse sind Standardformate für Plakatanschlagstellen.

	Plakatgröße Papiermass (Breite x Höhe cm)	Höhenabstand ab Boden (cm) in der Plakatmitte	Seitliche Abstände (cm)	Max. Gruppengröße	Hinterleuchtet erhältlich (LED)	Parallel zu Strasse	Rechtwinklig zu Strasse	Schräg zu Strasse
Plakatsäule (ø 120)	variabel	---	---	1	Nein	---	---	---
Startower (Drehsäule ø 110)	123 x 340	---	---	1	Ja	---	---	---
F4 Weltformat Kultur	89.5 x 128	67	22	Spezialfall	Nein	Ja	Ja	Ja
F4 Weltformat Kommerziell	89.5 x 128	67	22	1-4	Nein	Ja	Ja	Nein
F12 Breitformat	268.5 x 128	67	22	1-2	Ja	Ja	Nein	Nein
F24 Grossformat	268.5 x 256	67	22	1-2	Nein	Ja	Nein	Nein
F200 Cityformat	119 x 170	46.5	22	1-3	Ja	Ja	Nein	Nein
GF Grossformat	388 x 295	67	50	Spezialfall	Nein	Ja	Nein	Nein

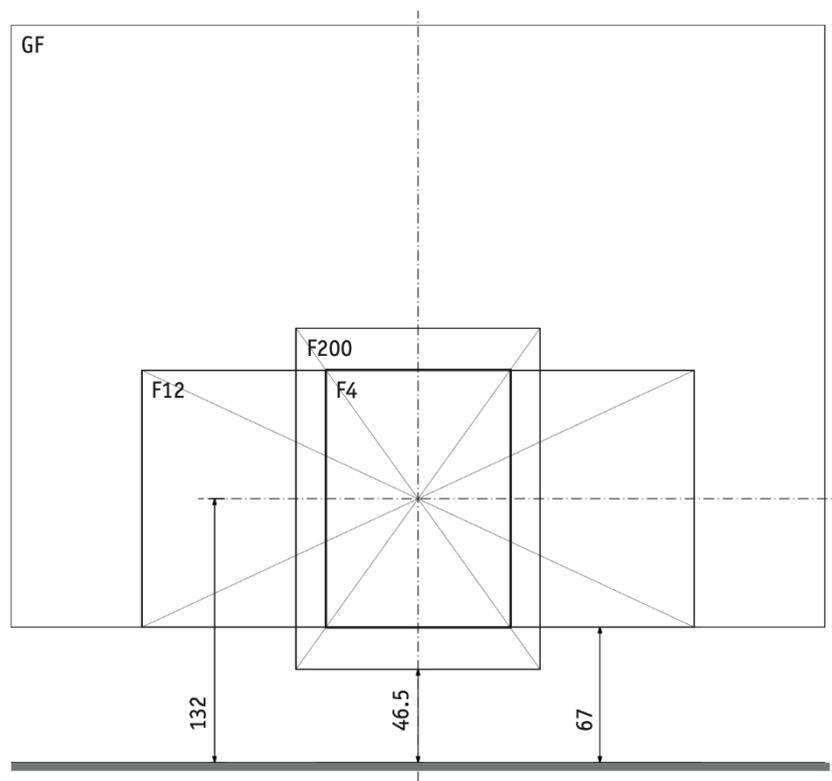


Abbildung zu Tabelle und Art. 21 Abs. 1:
Plakatgrößen und Bodenabstände
(Quelle: Konzept Plakatierung, Stadt Zürich, 2006)

Abbildung zu Art. 21 Abs. 2:
Höhenabstand bei Gefälle
(Quelle: Konzept Plakatierung,
Stadt Zürich, 2006)

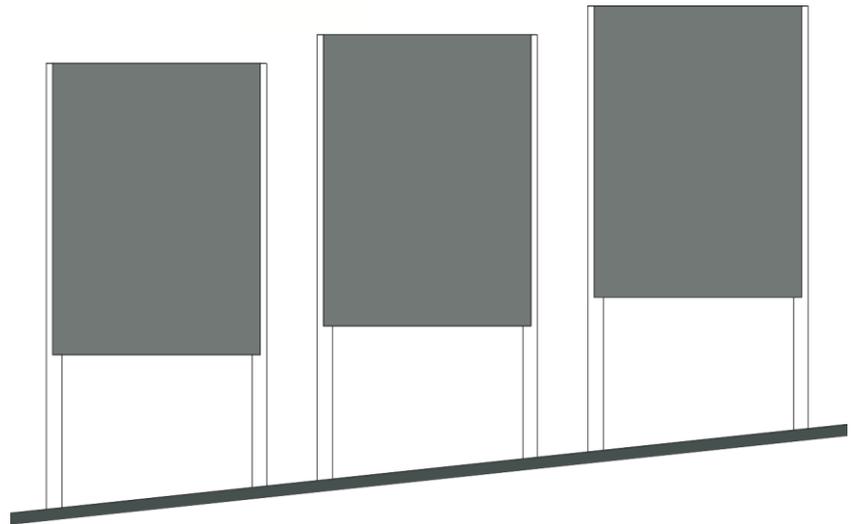
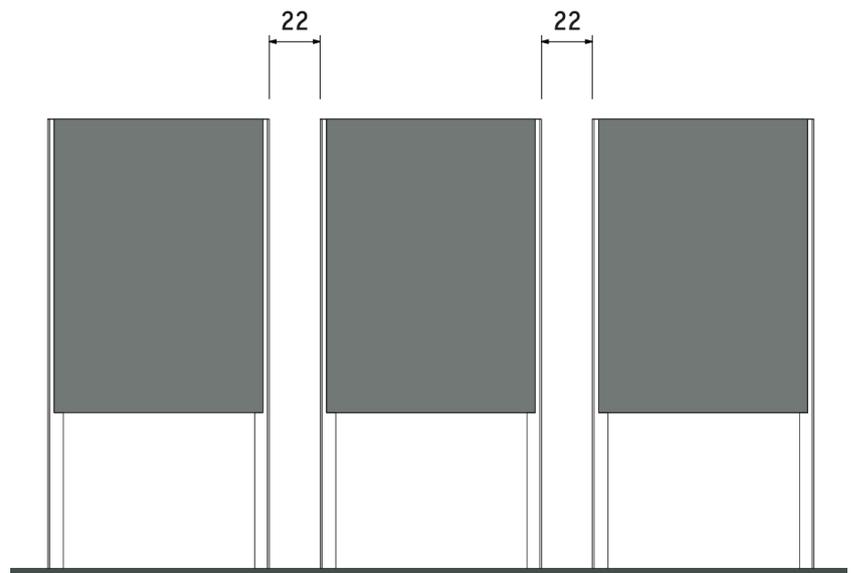


Abbildung zu Art. 21 Abs. 3:
Seitliche Abstände
(Quelle: Konzept Plakatierung,
Stadt Zürich, 2006)



A 3 Beispiele Plakatanschlagstellen

Gruppenanordnung nebeneinander



Gruppenanordnung hintereinander



A 4 Beispiele Kulturplakatstellen

Plakatsäule

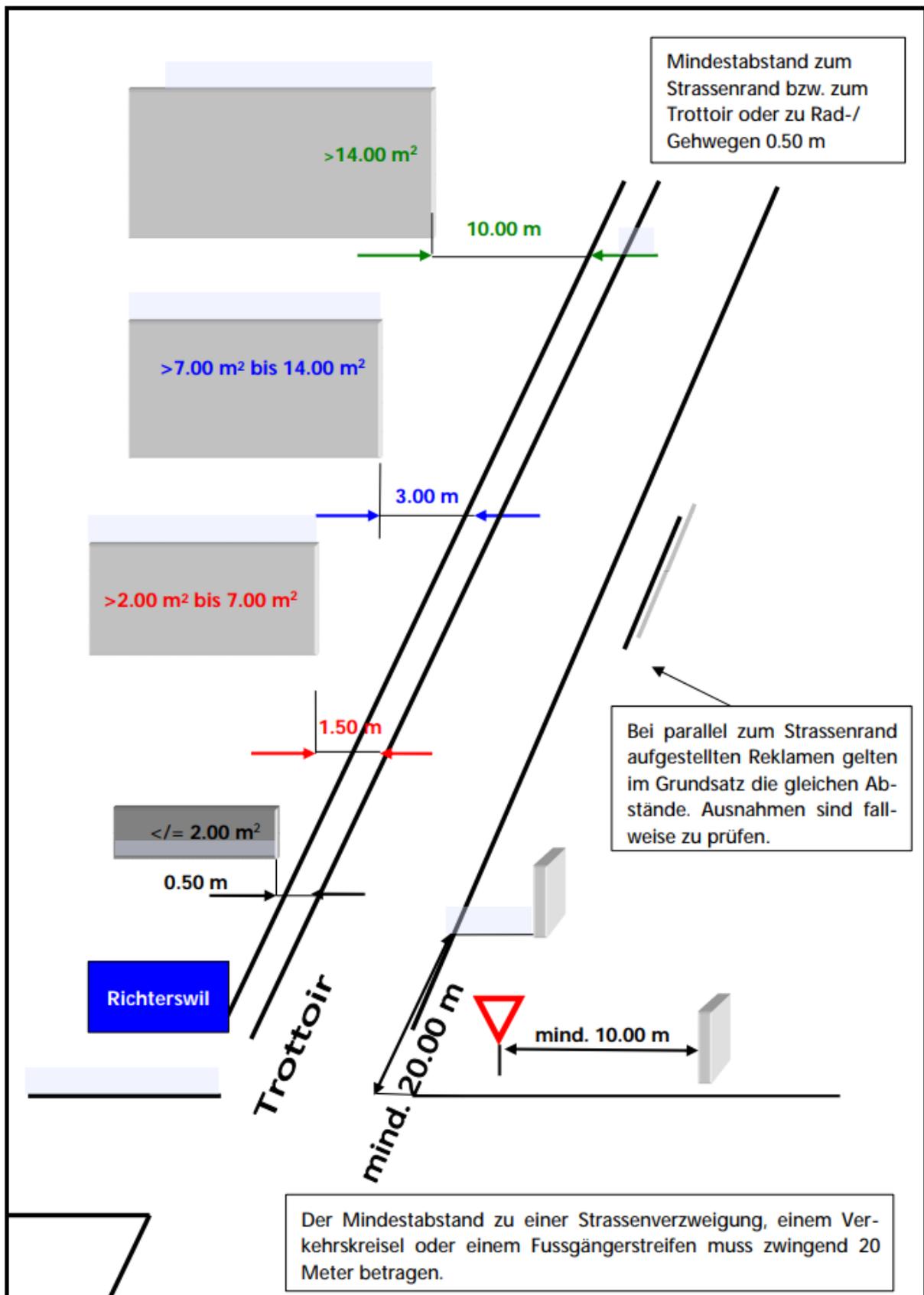


Plakate an Bauwand

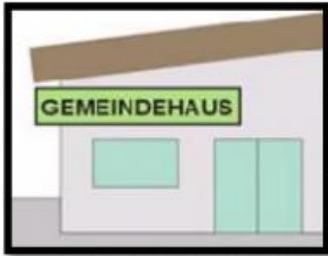


A 5 Auszug kommunales Merkblatt temporäre Strassenreklamen

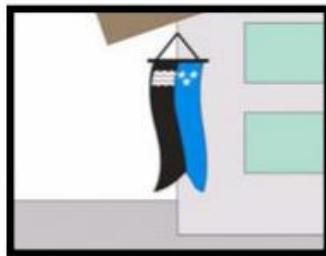
Strassenabstände von Reklamen innerorts



Bewilligungsfreie Reklamen im Sinne des Strassenverkehrsrechts



Ankündigung und Information ohne Werbecharakter (Kommerz), z.B. Gemeindeverwaltung, Bauamt, Werkhof



Heraldische Fahnen



Fassadenschmuck

Beispiele unerlaubter Standorte für Strassenreklamen (nicht abschliessend)

<p>In Sichtzonen</p>	<p>Verminderte Erkennbarkeit von Fussgängern¹⁾</p>	<p>Behinderung der Fussgänger auf dem Gehweg</p>
<p>Mögliche Verwechslung mit Markierungen oder Signalen</p>	<p>Beeinträchtigung der Wirkung von Markierungen und Signalen</p>	<p>An Signalen oder in ihrer unmittelbaren Nähe¹⁾</p>
<p>Mit wegweisenden Elementen, wegweiserähnlich</p>	<p>Eindringen in das Licht-raumprofil der Strasse</p>	<p>In Sichtzonen¹⁾</p>
<p>An Kandelabern</p>	<p>An/auf Brücken über Strassen</p>	<p>Bewegte oder projizierte Reklame</p>

¹⁾mit Ausnahme von Firmenanschriften und Branchenhinweisen an Gebäuden