



## REKLAMEANLAGEN

### BEURTEILUNGSKRITERIEN UND VORGABEN

# Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	3
2	Das Reklamekonzept.....	3
3	Reklame im Sockelbereich .....	4
4	Reklame im Fassadenbereich .....	6
5	Reklame auf Dächern.....	7
6	Freistehende Reklameanlagen.....	8
7	Rechtliche Grundlagen / Bewilligungsverfahren.....	9

## Impressum

Herausgeberin:  
Stadt Opfikon, Abteilung Bau und Infrastruktur

auf Grundlage von:  
Stadt Zürich, Amt für Städtebau, Reklameanlagen

Fotos:  
Amt für Städtebau der Stadt Zürich  
Abteilung Bau und Infrastruktur, Stadt Opfikon

Bezugsquelle:  
Stadt Opfikon, Abteilung Bau und Infrastruktur

Ausgabe:  
September 2008

# 1 Einleitung

Werbung und Reklame gehören zu einem lebendigen Stadtbild und prägen den öffentlichen Raum. Für die Beurteilung und Bewilligung wurden im Rahmen eines Gesamtkonzeptes für die bedeutendsten Aussenwerbekategorien Beurteilungskriterien und Vorgaben erarbeitet, die eine angemessene Integration ins Stadtbild ermöglichen. Die entsprechenden Richtlinien für Reklameanlagen sollen Gewerbetreibende, Planer und Aussenwerbespezialisten bei der Projektierung unterstützen und den Behörden als Vorgabe für eine konsequente und transparente Auslegung der gesetzlichen Grundlagen dienen.

Reklameanlagen sind leuchtende, angestrahlte oder unbeleuchtete Schriften, Kästen, Tafeln, Schilder, Stelen, Baureklamen usw. Sie dienen in der Regel der Aussenwerbung und werden in räumlichen Bezug zu einer Geschäftslokalität oder eines Verkaufsladens am Gebäude montiert oder auf privatem Grund aufgestellt.

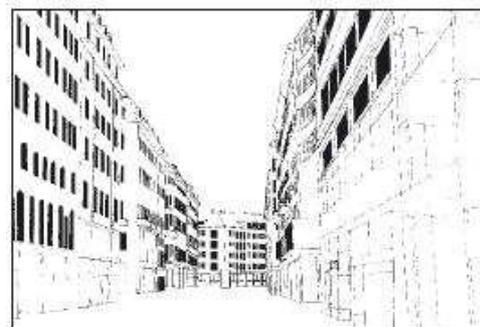
Die Elemente der Aussenwerbung bilden eine sich ständig verändernde Schicht von Schriften und Zeichen über die gebauten Strukturen. Reklameanlagen stehen gestalterisch und in der Wahrnehmung in direktem Zusammenhang mit der Architektur, die oft als Träger und Hintergrund dient.

Aussenwerbeanlagen sind bewilligungspflichtig. Für die Beurteilung und Bewilligung von Reklameanlagen soll sich, basierend auf den gesetzlichen Grundlagen, eine Bewilligungspraxis etablieren, die im Einzelfall Kompromisse zwischen privaten und öffentlichen Interessen ermöglicht.

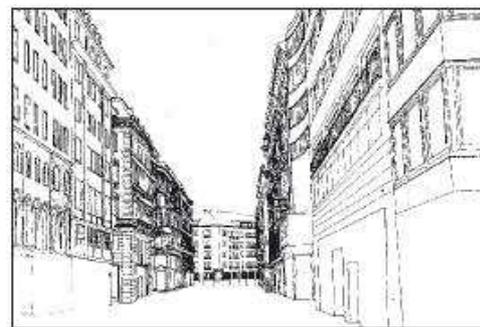
## 2 Das Reklamekonzept

### Einordnung in die Umgebung

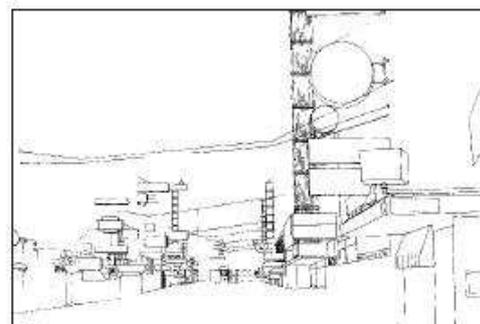
Reklameanlagen wollen auffallen und sich von der Umgebung optisch abheben, während die gesetzlichen Vorgaben eine der Situation angemessene Einordnung mit der gebauten und landschaftlichen Umgebung voraussetzen. Diesen Widerspruch gilt es bei der Beurteilung von Aussenwerbeanlagen abzuwägen und es sind im Einzelfall Kompromisse zu finden. Neben gestalterischen Aspekten sind auch die Vorgaben der Verkehrssicherheit zu berücksichtigen.



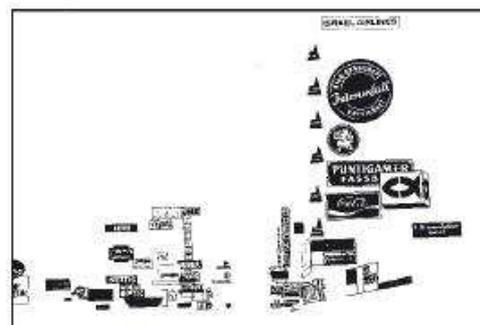
Bauhüllen



Bauvolumen mit Bauornamentik



Reklameträger ohne Grafik



Reklamegrafik



Erscheinungsbild einer Einkaufsstrasse

### **Städtebauliche Aspekte**

Bei der Beurteilung von Reklameanlagen wird dem Charakter der Umgebung eine grosse Bedeutung beigemessen. Reklameanlagen können Orte und deren Identität mitprägen. Gebiete unterscheiden sich unter anderem durch ihre Nutzungsart. So sind in einem reinen Wohngebiet keine und in einem Gebiet mit hohem Anteil an Gewerbe- und Dienstleistungsnutzung eine grosse Zahl von Reklameanlagen anzutreffen.

Aufgrund von unterschiedlichen Nutzungen können Konflikte entstehen. Beispielsweise in den Kernzonen gilt es, die Reklameanlagen der Gewerbetreibenden mit der denkmalpflegerisch wertvollen Bausubstanz ins Gleichgewicht zu bringen. Reklameanlagen im historischen Umfeld sind daher in Grösse, Anzahl und Wirkung zurückhaltend zu gestalten und haben sich der gebauten Umgebung unterzuordnen. Bei Inventarobjekten, Hochhäusern und Arealüberbauungen werden strenge Massstäbe angelegt. Die Einordnung der Reklameanlagen in die Umgebung muss in diesen Fällen gut bis sehr gut erfolgen.

### **Das Konzept**

Das vorliegende Reklamekonzept erläutert die gestalterischen Vorgaben und wesentlichen Kriterien, die bei der baurechtlichen Beurteilung angewendet werden. Die Gesuchstellenden können damit die angewendeten gestalterischen Aspekte nachvollziehen und ihre Reklameanlage bereits vor Gesuchseingabe diesen Kriterien anpassen.

## **3 Reklame im Sockelbereich**

### **Gestalterische Grundsätze**

Der Sockelbereich (Erdgeschoss) ist im Zentrumsbereich der prädestinierte Ort für Reklameanlagen. Die Reklameelemente werden zusammen mit den Schaufenstern wahrgenommen und ordnen sich optisch bei Tag und Nacht in die gebaute Umgebung ein. Eine in den Dimensionen angemessene und in der Menge ausgewogene Anzahl von Reklameanlagen gehört zum lebendigen Stadtbild. Neue Anlagen sollen sich in Grösse, Ausführung und Lage am bestehenden Reklameverhalten orientieren. Unmotivierte Wiederholungen gleicher Elemente sind zu vermeiden; weniger ist oft mehr. Über öffentlichem Grund sind nur Reklameanlagen bewilligungsfähig, die der Eigenwerbung dienen.



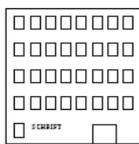
*Schriften* In der Regel direkt auf die Fassade, Einzelbuchstaben, keine Grundplatten.

*Schilder* Fassade möglichst sichtbar lassen, d. h. transparentes Trägermaterial, mehrere Schilder ähnlich materialisieren.

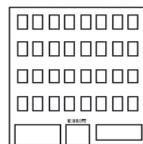
*Stechschilder* Falls mehrere Stechschilder anzubringen sind: gleiche Formate und gleiche Ausführung, Höhe und Lage vom Bestehenden übernehmen. Höhen Oberkante Trottoir bis Unterkante Element: minimal 3.00 m, in Ausnahmefällen und bei guter Gestaltung sind 2.50 m möglich.

*Kästen* Leuchtkästen sind in der Regel nur in Nischen integriert möglich. Kästen an Fassaden von Gebäuden mit erhöhten gestalterischen Anforderungen sind nicht bewilligungsfähig.

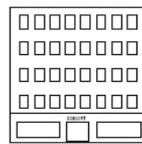
*Vordach* Reklameanlagen auf dem Vordach benötigen einen ruhigen und homogenen Hintergrund. Kästen sind in der Regel nicht bewilligungsfähig, Unterlinien anderer Elemente sind zu übernehmen. Maximale Höhe der Elemente: 50 cm. Die Distanz von Oberkante Dach bis Unterkante Element hat maximal 10 cm zu betragen. Reklamen an Vordachstirnen sind nur über privatem Grund bewilligungsfähig.



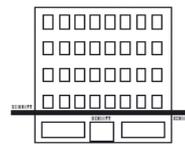
Geschlossener Sockel



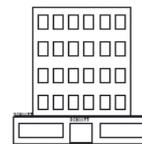
Sockel mit Öffnungen



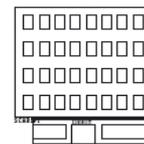
Sockel mit Fries



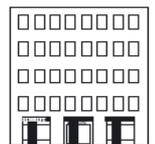
Sockel mit Vordach



Sockelbau



Sockel mit Auskrägung



Sockel mit Laube

## 4 Reklame im Fassadenbereich

### Gestalterische Grundsätze

An Fassaden montierte Reklamen werden zusammen mit der Architektur wahrgenommen. Sie haben sich der Fassadenstruktur unterzuordnen und sich in die Gesamterscheinung des Gebäudes zu integrieren. An Fassaden sind in der Regel lediglich aufgelöste Schriften in Einzelbuchstaben bewilligungsfähig. Grösse, Lage, Typ, Ausführung und Beleuchtung sind auf das Gebäude und die Umgebung abzustimmen. In den öffentlichen Grund hervorragende Reklameanlagen dürfen nur im Bereich des Erdgeschosses angeordnet werden. Bei Hochhäusern sind die erhöhten gestalterischen Anforderungen zu beachten.

*Kernzonen* In den Kernzonen sind Reklameanlagen im Bereich der Obergeschosse nicht bewilligungsfähig.

*Hochhäuser* Reklameanlagen an Hochhäusern sind besonders sorgfältig zu gestalten (§ 284 PBG). Im Bereich des Sockels bis zu einer Höhe von 20 m sind Reklameanlagen in Form von Einzelbuchstaben bewilligungsfähig. Im Bereich von 20-40 m ab Strassenniveau sind nur einzelne Reklameschriften bewilligungsfähig. Ab einer Höhe von 40 m sowie auf dem Dach sind keine Aussenwerbbeelemente möglich. Die Lichtintensität sowie die Beleuchtungsdauer werden situativ beurteilt.

*Mehrere Schriftzüge* Für mittlere und grosse Objekte mit mehr als einem Nutzer sind in jedem Fall Aussenwerbekonzepte erforderlich, damit mehrere Schriftzüge optisch gut platziert werden können.

*Einzelne Schriftzüge* Einzelbuchstabenschriften lassen sich meist gut positionieren, vor allem bei Fassaden mit horizontaler Gliederung oder geschlossenen Fassadenteilen. Aufgelöste Schriften lassen die Fassade sichtbar; bei erhöhten Anforderungen ist dies zwingend. So stellen unter Umständen auch aufgemalte Schriften eine Alternative dar.

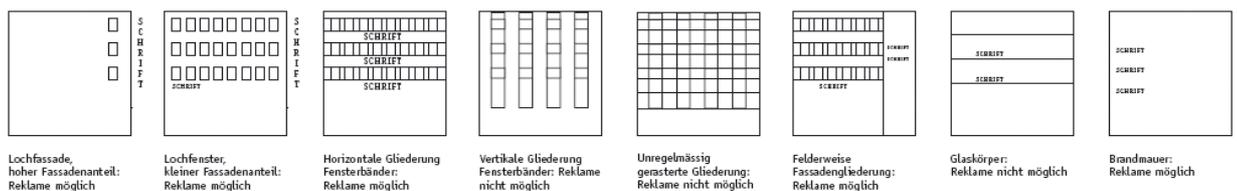


## Kästen und Tafeln

Diese sind an der Fassade oder auf Vordächern nur in Ausnahmefällen bewilligungsfähig. An Fassaden können Kästen in der Regel nur dann bewilligt werden, wenn sie sich vollständig in die Fassadenstruktur integrieren lassen. Insbesondere in den Kernzonen werden keine von der Fassade abstehenden Leuchtkästen bewilligt.

**Stechschilder** Pro Fassadenseite ist nur ein Element bewilligungsfähig. Minimale Ausladung. Stechschilder sind in Grösse, Ausführung und Lage dem Bestehenden anzugleichen.

**Fremdwerbung** Ist nur in Ausnahmefällen bewilligungsfähig.



## 5 Reklame auf Dächern

### Gestalterische Grundsätze

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

**Einordnung** Die Reklameanlage hat sich in Bezug auf die städtebaulichen Aspekte, den Baukörper, die Dachform und in Bezug auf die Nutzung des Gebäudes und der Umgebung einzufügen.

**Ausführung** In der Regel Einzelbuchstaben.



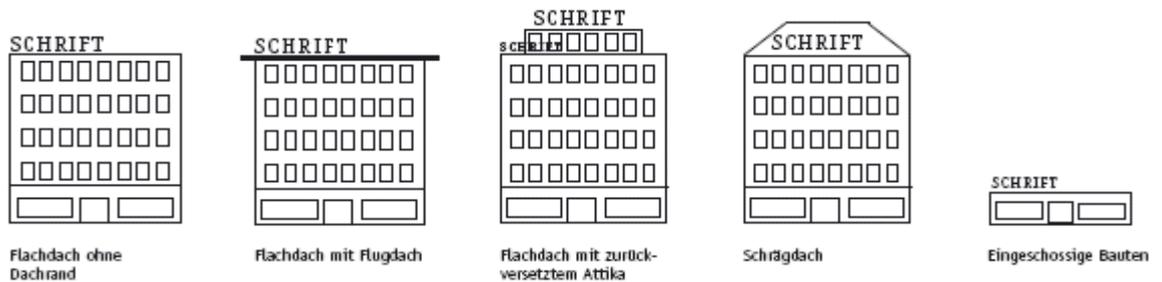
**Beleuchtungs-  
dauer** Die Beleuchtungsdauer ist den Verhältnissen vor Ort anzupassen. Insbesondere ist auf Wohnnutzung in der Umgebung Rücksicht zu nehmen.

**Lichtintensität** Die Lichtintensität ist in der Regel den örtlichen Verhältnissen anzupassen. Die neue Anlage darf nicht heller strahlen als bereits bestehende Anlagen.

**Ausschluss-  
gebiete** Kernzonen, Inventar- und Schutzobjekte.

**Fremd-  
werbung** Ist generell nicht bewilligungsfähig.

**Hochhäuser** Auf dem Dach sind keine Aussenwerbeelemente möglich.



## 6 Freistehende Reklameanlagen

### Gestalterische Grundsätze

Freistehende Reklameanlagen sind Objekte von grosser Präsenz im öffentlichen und privaten Raum. Diese Elemente können in der Regel nur dort bewilligt werden, wo eine Beschriftung nicht direkt am Gebäude montiert werden kann. Pylone, Stelen und Schilder sind in ihrer Lage, Grösse und Materialisierung auf die baulichen Verhältnisse abzustimmen und sie müssen sich räumlich auf diese beziehen (orthogonale Ausrichtung). Bei dieser Art von Reklame handelt es sich um raumrelevante Körper, deren Einbindung in die stadträumliche Situation besondere Sorgfalt verlangt.



In der Thurgauer-, Flughafen- und Schaffhauserstrasse (neue Stadtachsen mit Baumalleen) ist ein Orientierungssystem mittels Stelen mit der Möblierung, Parkierung, Bepflanzung, Beleuchtung und Signalisation zu koordinieren. Das steigende Bedürfnis nach privaten Orientierungs- und Werbeanlagen auf Stelen im unmittelbaren Sichtbereich der Autofahrer und Fussgänger bedarf zwingend einer Vereinfachung und Vereinheitlichung. Das im Rahmen des Ausführungsprojektes VBG/Glattalbahn erarbeitete Stelenkonzept ist dabei massgebende Grundlage (betr. Typus, Grösse, Layoutvarianten) und setzt pro Strassenzug eine gemeinsame Projektierung voraus (Zusammenarbeit von Privaten, Stadt Opfikon, Kanton Zürich und ggf. VBG/Glattalbahn).

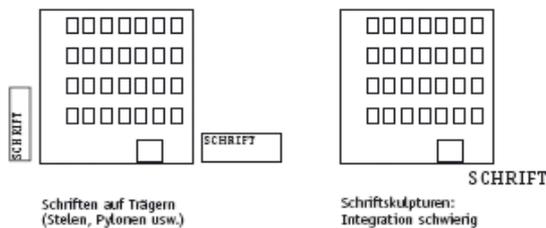


*Öffentlicher Grund*

Freistehende Reklameanlagen von Privaten sind auf öffentlichem Grund nicht bewilligungsfähig.

*Fahnen*

Fahnen für Werbezwecke (freistehend oder an der Fassade angebracht) sind nur in begründeten Ausnahmefällen bewilligungsfähig. Insbesondere in den Zentrumszonen erfüllen Werbefahnen in der Regel die geforderten gesetzlichen und gestalterischen Vorgaben nicht.



## 7 Rechtliche Grundlagen / Bewilligungsverfahren

### Bewilligungspflicht

Die Bewilligungspflicht von Aussenwerbung ist im Planungs- und Baugesetz des Kantons Zürich (§ 309 PBG) geregelt. Ausgenommen von der allgemeinen Bewilligungspflicht sind unbeleuchtete Eigenreklamen auf privatem Grund bis zu einer Fläche von ¼ Quadratmeter.

## **Gestaltung**

Die relevanten Gestaltungsanforderungen sind in den kantonalen und kommunalen Rechtsgrundlagen definiert (§§ 238, 71 + 284 PBG, Art. 3 + 9 quater BZO, Art. 1 SBV Glattpark).

In den Bereichen der Kernzonen, Sonderbauvorschriften für den Stadtteil Glattpark und Zentrumsplanung Schaffhauserstrasse sowie von Gestaltungsplänen, Arealüberbauungen und Hochhäusern gelten erhöhte Anforderungen an die Gestaltung.

## **Konzept**

Bei Gebäudekomplexen, die mehrere Reklameanlagen benötigen, ist ein umfassendes Konzept erforderlich.

## **Verkehrsrechtliche Aspekte**

Strassenreklamen, welche die Verkehrssicherheit beeinträchtigen, sind untersagt (Art. 6 Bundesgesetz über den Strassenverkehr [SVG]).

## **Bewilligungsverfahren**

Die Gesuche werden im Rahmen der baurechtlichen Vorgaben durch die Baubehörde auf ihre Einordnung in die gebaute und landschaftliche Umgebung sowie durch die Stadtpolizei bezüglich Gefährdung der Verkehrssicherheit überprüft.

Bezüglich Verkehrssicherheit gelten Art. 6 Abs. 1 des Bundesgesetzes über den Strassenverkehr (SVG), die Ausführungsbestimmungen der Strassensignalisationsverordnung (SSV) sowie § 240 PBG.

## **Gebühren**

Für Werbeanlagen auf privatem Grund werden Bewilligungsgebühren erhoben. Bei Anlagen, die öffentlichen Grund oder die öffentliche Luftsäule beanspruchen, werden neben den Bewilligungsgebühren zusätzlich Gebühren für die Benützung des öffentlichen Grundes erhoben.

Es gelten die Richtlinien der Gebührenverordnung der Stadt Opfikon. Die Gebührenverordnung ist unter [www.opfikon.ch](http://www.opfikon.ch) (Stichwortsuche: Gebührenverordnung) abrufbar.

## **Reklamegesuchsformulare, gesetzliche Grundlagen**

Gesuchsformulare, die entsprechende Wegleitung sowie gesetzliche Grundlagen können vom städtischen Formularserver unter [www.opfikon.ch](http://www.opfikon.ch) (Verwaltung/Online-Schalter bzw. Reglemente oder Stichwortsuche Reklamegesuch) heruntergeladen oder telefonisch unter der Nummer 044 829 82 92 angefordert werden.