



## MEGAPOSTER

### BEURTEILUNGSKRITERIEN UND VORGABEN



# Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung .....	3
2	Das Megaposterkonzept .....	3
3	Megaposter an Baugerüsten.....	4
4	Megaposter an Fassaden.....	5
5	Rechtliche Grundlagen / Bewilligungsverfahren.....	7

## 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 Megaposter sollen Gewerbetreibende, Planer und Aussenwerbespezialisten bei der Projektierung unterstützen und den Behörden als Vorgabe für eine konsequente und transparente Auslegung der gesetzlichen Grundlagen dienen.

Als Megaposter gelten grossformatige Werbebilder mit einer Fläche von mehr als 12 m<sup>2</sup>. Die gestalterischen Möglichkeiten grossflächiger Werbung und ihre Wirkung im Stadtraum sollen mit konzeptionellen Vorgaben definiert werden.

## 2 Das Megaposterkonzept

Grosse Werbebilder, so genannte Megaposter werden oft an Baugerüsten oder im Einzelfall an geeigneten Fassaden montiert. Die Erfahrung hat gezeigt, dass der uneingeschränkte Betrieb von grossen Werbeanlagen, die in den öffentlichen Raum wirken, auf Dauer nicht befriedigend ist. Überdimensionale Werbebilder können im Stadtbild sehr dominant wirken und den Ort optisch vereinnahmen. Mit der Einführung von Brachzeiten (werbefreien Zeiten), die die Wirkung von grossen Werbebildern beschränkt, soll es gelingen, die gesetzlich geforderte Gesamtwirkung mit der gebauten und landschaftlichen Umgebung zu erreichen.

Das Megaposterkonzept regelt den Umgang mit grossen Werbebildern umfassend und bildet die Grundlage für die Bewilligungspraxis.



Megaposter mit Fremdwerbung am Baugerüst.



Fremdwerbung ausserhalb der Kernzone mit einer Brachzeit von 3 Monaten pro Jahr.

### 3 Megaposter an Baugerüsten

Mit der Verhüllung von Gebäuden während der Bauzeit verändert sich das Stadtbild situativ auf Zeit. Megaposter können für eine befristete Dauer neue Akzente setzen und die gewohnte Umgebung vorübergehend anders erscheinen lassen.

#### Räumliche und gestalterische Voraussetzungen

Grossformatige Werbeflächen haben sich in Lage und Format den Gegebenheiten anzupassen, um auch an Baugerüsten eine mit der gebauten und landschaftlichen Umgebung befriedigende oder gute Gesamtwirkung zu erreichen.

#### Anordnung und Format

Nach Möglichkeit bedeckt das Werbemittel die ganze Gerüstfläche und ist in der Regel randabfallend auszuführen. Kann nicht die ganze Fläche belegt werden, so ist zumindest die ganze Höhe oder die ganze Breite auszunützen. Aus Gründen der Verkehrssicherheit kann pro Anfahrtsrichtung lediglich ein Megaposter bewilligt werden.

In den Kernzonen sind grossflächige Werbebilder an Baugerüsten nur in Ausnahmefällen bewilligungsfähig.

#### Nutzung

Die Bauherrschaften können die Gerüstflächen selbst nutzen (Eigenwerbung) oder Dritten überlassen (Fremdwerbung).

#### Dauer der Bewilligung

An Baugerüsten sind Megaposter während der effektiven Bauphase bewilligungsfähig. Bei Neubauten richtet sich die Dauer der Bewilligung nach der Standzeit des Gerüsts, die wiederum von der Dauer der Bautätigkeit abhängt. Bei Fassadensanierungen werden Megaposter bis zu vier Monate bewilligt. Bei einer nachweislich längeren Bauzeit können sie um weitere zwei Monate verlängert werden. Nach Sanierungen können Bewilligungen am gleichen Objekt in der Regel erst nach zehn Jahren wieder erteilt werden. Ausnahmen sind in begründeten Fällen möglich.

Nicht bewilligungsfähig sind Megaposter an Gerüstanlagen, die einzig zu Werbezwecken erstellt werden. Die Behörden behalten sich vor, in einzelnen Fällen Dokumente zur Vergabe der Bauarbeiten und weitere relevante Unterlagen einzufordern und missbräuchlich erwirkte Bewilligungen zu entziehen.



Megaposter an Baugerüsten setzen für eine befristete Dauer neue Akzente im Stadtbild.



Bei Fassadensanierungen wird ein Megaposter für maximal 4 Monate bewilligt.



Das Werbemittel bedeckt nach Möglichkeit die ganze Gerüstfläche.

### **Baustatische Auflagen**

Durch Werbeflächen entstehende Windkräfte müssen mit zusätzlichen Verankerungen abgeleitet werden. In besonderen Fällen ist mit der Abteilung Bau und Infrastruktur vorgängig Rücksprache zu nehmen.

### **Beleuchtung**

Für die Beleuchtung von Megapostern an Gerüstanlagen kann keine Bewilligung erteilt werden.

### **Besonderes**

Bei bewohnten Liegenschaften ist dem Gesuch für grossflächige Werbebilder der Nachweis über die Orientierung der Mieterschaft beizulegen.



Windkräfte werden durch zusätzliche Verankerungen abgeleitet.

## **4 Megaposter an Fassaden**

Grossformatige Werbeanlagen an Gebäudefassaden haben hohe gestalterische und verkehrstechnische Anforderungen zu erfüllen. Die kantonalen und kommunalen Gesetze (PBG, BZO, SBV Glattpark) verlangen eine befriedigende oder gute Gesamtwirkung mit der gebauten und landschaftlichen Umgebung. Dank zeitlicher Beschränkung der Werbewirkung können auch an Fassaden angebrachte Megaposter die gesetzlichen Anforderungen erfüllen und sind für eine längere Zeitdauer bewilligungsfähig. In den Kernzonen sind grossflächige Werbebilder aufgrund der Nutzungsdichte und der höheren gesetzlichen Anforderungen an die Einordnung nur in Ausnahmefällen bewilligungsfähig und die Brachzeiten länger als in den übrigen Gebieten.

### **Räumliche und gestalterische Voraussetzungen**

Megaposter haben sich in Lage und Format den städtebaulichen und architektonischen Gegebenheiten anzupassen und haben eine der Situation angemessene Gesamtwirkung zu erreichen. Die Integration von grossen Werbebildern in die Architektur bedingt individuelle Lösungen. Fassadenöffnungen sind freizuhalten, und auf Objekte des Natur- und Heimatschutzes ist besondere Rücksicht zu nehmen. Gewerbegebiete mit grobkörnigem Bebauungsmuster und grossen Gebäudevolumen begünstigen die Integration von grossen Werbebildern. Das vorherrschende Reklameverhalten ist bezüglich Dichte, Grösse, Lage und Lichtsituation zu berücksichtigen.



Windkräfte werden durch zusätzliche Verankerungen abgeleitet.

### **Brachzeiten und Nutzung**

In den Kernzonen kann in Ausnahmefällen nur Eigenwerbung mit einer Brachzeit von mindestens 6 Monaten pro Jahr bewilligt werden. Die Zeiträume der Belegung bzw. der werbefreien Perioden sind frei wählbar.

Ausserhalb von Kernzonen ist sowohl Eigen- wie auch Fremdwerbung bei einer Brachzeit von 3 Monaten pro Jahr möglich. Die Belegungs- und Brachzeiten sind ebenfalls frei wählbar.

### **Dauer der Bewilligung**

Die Bewilligungsdauer für Anlagen an Fassaden ist auf maximal zwei Jahre beschränkt. Die grosse Wirkung auf das Umfeld über längere Zeit bedingt eine periodische Überprüfung der Standorte in Bezug auf die gebaute und landschaftliche Umgebung. Falls keine relevante Veränderung der Situation vorliegt und das Umfeld nicht gestört wird, können die Bewilligungen für weitere zwei Jahre verlängert werden.

### **Ausführung**

Die Konstruktionen für die Befestigung sind verdeckt auszuführen. Es sind qualitativ und gestalterisch hochwertige Lösungen zu wählen.

### **Beleuchtung**

Die Beleuchtung von grossflächigen Werbebildern an Fassaden ist nur in Ausnahmefällen bewilligungsfähig.

### **Kurzfristige, einmalige Aktionen**

Sofern ein grosses öffentliches Interesse nachgewiesen werden kann, sind in speziellen und begründeten Fällen grosse Werbebilder für maximal 10 Tage einmalig bewilligungsfähig.

## **5 Rechtliche Grundlagen / Bewilligungsverfahren**

### **Bewilligungspflicht**

Die Bewilligungspflicht von Aussenwerbung ist im Planungs- und Baugesetz des Kantons Zürich (§ 309 PBG) geregelt.

### **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 mehr als eine Möglichkeit für grosse Werbefelder zulassen, ist ein umfassendes Aussenwerbekonzept vorzulegen.

### **Verkehrsrechtliche Aspekte**

Strassenreklamen, die die Verkehrssicherheit beeinträchtigen, sind untersagt (Art. 6 Bundesgesetz über den Strassenverkehr [SVG]). Aus Gründen der Verkehrssicherheit darf pro Anfahrtsrichtung lediglich ein Megaposter sichtbar sein.

### **Sujets**

Die Sujets sind jeweils 14 Tage vor Aushang der Baubehörde zur Prüfung vorzulegen. Es dürfen keine Sujets aufgehängt werden, die Personen aufgrund von Herkunft, Rasse, Geschlecht usw. diskriminieren. Sujets sind mit klar und einfach zu erfassendem Inhalt (maximal 7 Worte) in grosser und gut lesbarer Schrift zu gestalten.

### **Material**

Im Einvernehmen mit der Feuerpolizei sind die Bedingungen der Vereinigung Kantonalter Feuerversicherungen (VKF) für das Anbringen von brennbaren Geweben (Megaposter/Grossplakate) einzuhalten.

### **Bewilligungsverfahren**

Die Gesuche werden im Rahmen dieser gesetzlichen Vorgaben durch die Abteilung Bau und Infrastruktur auf ihre Einordnung in die gebaute und landschaftliche Umgebung sowie durch die Stadtpolizei auf Aspekte der Verkehrssicherheit geprüft.

### **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.

In speziellen Fällen kann für Werbebilder ohne kommerziellen Hintergrund (Kunst am Bau, städtische Kampagnen usw.) eine Reduktion der Gebühren für die Benützung des öffentlichen Grundes beantragt werden.

### **Reklamegesuchsformulare, gesetzliche Grundlagen**

Gesuchsformulare, 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.