

Entwurf

Nachtrag XIV zum Baugesetz

(aufgehoben) Art. 30
[...]

(neu) Art. 30a

Reklamen und
Reklameanlagen
I. Allgemeine
Bestimmungen

a) Bewilligungs-
pflicht und Wie-
derherstellung

¹Reklamen und Reklameanlagen (Plakatträger, Anschlagstellen und dergleichen) sind bewilligungspflichtig (Baubewilligung und/oder Bewilligung zur Benützung des öffentlichen Grundes) oder meldepflichtig.

²Das Ersetzen, Ändern oder Erneuern von einzelnen Werbeanzeigen auf bereits bewilligten Reklameanlagen wie Plakatträger, Anschlagstellen und dergleichen ist weder bewilligungs- noch meldepflichtig.

³Sofern die einzelne Reklame selber oder eine Reklameanlage die Bestimmungen dieses Gesetzes und darauf gestützte Verordnungen oder Verfügungen verletzen oder andere überwiegende öffentliche Interessen betroffen sind, kann die Baubehörde in Anwendung der Bestimmungen über die Wiederherstellung des gesetzmässigen Zustands¹ die Entfernung einer Reklame verlangen.

(neu) Art. 30b

b) Reklame auf
öffentlichem
Grund

Der Kleine Landrat kann das Recht zur Errichtung von Reklameanlagen und das Anbringen von Reklamen auf öffentlichem Grund an eine oder mehrere private Unternehmen übertragen.

(neu) Art. 30c

II. Besondere
Bestimmungen

a) Orts-, Strassen-
und Landschafts-
bild

Reklamen und Reklameanlagen sind auf das Orts-, Strassen- und Landschaftsbild sowie auf die einzelnen Liegenschaften abzustimmen, so dass eine gute Gesamtwirkung erreicht wird. Sie müssen in ihrer Grösse, Ausführung und Häufigkeit in einem ausgewogenen Verhältnis zu ihrer Umgebung stehen.

(neu) Art. 30d

b) Weitere Ein-
schränkungen

¹Fremdwerbung auf geschützten und erhaltenswerten Bauten gemäss kommunalem Gestaltungsplan werden nicht bewilligt.

²Einzelne Reklamen sowie Reklameanlagen dürfen keinen Gefahrenzustand schaffen und insbesondere die Verkehrssicherheit² nicht beeinträchtigen.

³Reklamen und Reklameanlagen mit Lichtemissionen sind nur soweit zulässig, als deren Auswirkungen eine gute Gesamtwirkung der gebauten und natürlichen Umgebung nicht beeinträchtigen.

⁴Reklamen und Reklameanlagen mit akustischer Wirkung sind untersagt. Aus-

¹ Art. 161 BauG

² Vgl. auch Art. 24 ff. der Strassenverordnung des Kantons Graubünden (StrV; BR 807.110) und Art. 95 ff. eidgenössische Signalisationsverordnung (SSV; SR 741.21).

nahmen können für Veranstaltungen von mindestens regionaler Bedeutung vom Kleinen Landrat bewilligt werden.

⁵ Bewegliche Reklameanlagen und Reklamen wie Bildschirme mit Filmen oder anderen Animationen sind untersagt. Ausnahmen können für Veranstaltungen von mindestens regionaler Bedeutung vom Kleinen Landrat bewilligt werden. Reklameanlagen mit automatisch wechselnden Reklamen wie beispielsweise Drehautomaten, Prismenwender oder Bildschirme mit nicht animierten Anzeigen sind jedoch erlaubt. Reklameanlagen mit schnell wechselnden Reklamen sind dabei allerdings untersagt.

⁶ Reklamen mit diskriminierendem oder gegen die menschliche Würde oder gegen Sitte und Anstand verstossendem Inhalt sind unzulässig.

(neu) Art. 30e

c) Eigen- und
Fremdwerbung

¹ Auf öffentlichem Grund sind Reklamen und Reklameanlagen nur an den vom Kleinen Landrat in einem speziellen Plan im Anhang zur Verordnung bezeichneten Standorten zulässig.

² Auf Privatgrund ist Eigenwerbung grundsätzlich auf dem gesamten Gemeindegebiet gestattet, sofern die Vorschriften dieses Gesetzes und darauf abgestützte Verordnungen eingehalten werden.

³ Auf Privatgrund ist Fremdwerbung nur an den vom Kleinen Landrat in einem speziellen Plan im Anhang zur Verordnung bezeichneten Standorten zulässig. Interessierte Personen können in diesen Plan Einsicht nehmen und bei der Baubehörde die Aufnahme eines zusätzlichen Standorts beantragen. Dieser wird nur bewilligt, wenn nachgewiesen wird, dass die Vorschriften dieses Gesetzes und darauf abgestützte Verordnungen eingehalten werden. Insbesondere muss das Ortsbild und die Landschaft vor einer störend grossen Anzahl Fremdreklamen geschützt werden.

⁴ Die Bewilligungsdauer für Fremdwerbung wird befristet. Die Bewilligungsdauer für Eigenwerbung kann ausnahmsweise befristet werden. Der Kleine Landrat legt die Fristen im Rahmen der Verordnung fest.

(neu) Art. 30f

d) Veranstaltungen

Grossveranstaltungen sind Veranstaltungen von überregionaler Bedeutung mit einer beträchtlichen Anzahl Teilnehmer bzw. Gästen. Der Kleine Landrat bestimmt, welche Veranstaltungen als Grossveranstaltungen gelten. Für diese Grossveranstaltungen sowie auch für die übrigen Veranstaltungen erlässt der Kleine Landrat im Rahmen der Verordnung spezielle Vorschriften und kann zusätzlich Standorte für Fremdwerbung und weitere zeitlich befristete Ausnahmen für Fremd- und Eigenwerbung vorsehen.

(neu) Art. 30g

e) Delegation

Der Kleine Landrat erlässt eine Verordnung, in welcher er zum Schutz des Orts-, Strassen- und Landschaftsbilds detailliertere Vorschriften aufstellt und insbesondere spezifische Bestimmungen für Eigen- und Fremdwerbung sowie Vorschriften für Megaposter, Reklameanlagen mit Lichtemissionen und Werbung in Bergbahngebieten und Golfplätzen verfasst. Ausnahmen von einzelnen Reklamevorschriften dieses Gesetzes können im Rahmen der Verordnung gewährt werden, wenn besondere Verhältnisse es rechtfertigen und keine öffentli-

chen oder privaten Interessen beeinträchtigen.

(neu) Art. 30h

III. Bestehende
Anlagen

Vor Inkrafttreten dieses Erlasses bewilligte Reklameanlagen und Reklamen, welche diesem Gesetz oder darauf gestützte Verordnungen widersprechen, können bestehen bleiben bis zum Zeitpunkt, in welchem bewilligungspflichtige Änderungen vorgenommen werden. Sie sind dann den gesetzlichen Änderungen anzupassen oder zu entfernen.

Art. 157 (Abs. 1 und 2 unverändert, Abs. 3 neu, bestehender Abs. 3 wird zu Abs. 4)

a) Bewilligungs-
gebühren

Für die Bewilligung von Reklameanlagen und Reklamen erlässt der Kleine Landrat einen separaten Gebührentarif. Die Gebühr wird in Abhängigkeit der Grösse und Beleuchtung festgesetzt. Die Gebühren können je nach Werbeträger und für Eigen- und Fremdwerbung unterschiedlich festgesetzt werden. Die Minimalgebühr beträgt Fr. 300.– und die Maximalgebühr Fr. 2'400.–.

Entwurf

Verordnung über das Reklamewesen

Vom Kleinen Landrat gestützt auf Art. [...] der Gemeinde Davos am [...] erlassen

(Stand am [...])

I. Allgemeine Bestimmungen

Art. 1

Zweck

Diese Verordnung regelt Einzelheiten zur Zulässigkeit und Ausgestaltung von Reklamen auf öffentlichem und privatem Grund gestützt auf die im Gesetz festgelegten Grundsätze zum Schutz des Orts-, Strassen - und Landschaftsbildes sowie der Verkehrssicherheit.

Art. 2

Begriffe

¹ Reklamen sind Einrichtungen, die nach Aussen in Erscheinung treten und durch Schrift, Form, Farbe, Ton, Bild, Licht oder sonstige Mittel der Werbung dienen.

² Reklameanlagen (Plakatträger, Fahrzeuge, Container, Anschlagstellen, spezielle Befestigungen an Gebäuden etc.) sind Einrichtungen, die zu Werbezwecken aufgestellt werden und auf welchen die einzelnen Reklamen (Werbeanzeigen) jeweils ausgewechselt werden.

³ Eigenwerbung wirbt für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen, Ideen und dergleichen, die mit dem Standort der Reklame im örtlichen Zusammenhang stehen. Hierzu gehören auch Hinweistafeln, die aus einem Firmennamen oder Branchenhinweisen und allenfalls aus einem Firmensignet bestehen. Der örtliche Zusammenhang ist gegeben, wenn die Reklame am Gebäude selbst oder in dessen unmittelbarer Nähe angebracht ist.

⁴ Fremdwerbung wirbt für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen und dergleichen, die mit dem Standort der Reklame in keinem örtlichen Zusammenhang stehen.

⁵ Als Megaposter gelten Reklamen bzw. Reklameanlagen mit einer Fläche von über 12m².

⁶ Als öffentlicher Plakatanschlag gilt das Anbringen von Plakaten wie Vereinsanschlüsse und Veranstaltungshinweise.

⁷ Als kulturelle und kommunale Plakatierung gilt die Bereitstellung von amtlichen Informationen und die Veranstaltungsplakatierung für ausschliesslich kommunale und in der Regel kulturelle Bedürfnisse oder die Veranstaltungshinweise der Davos Destinations-Organisation (Veranstaltungskalender).

⁸ Als politische Werbung gelten Reklamen, die im Zusammenhang mit eidgenössischen, kantonalen oder kommunalen Wahlen und Abstimmungen stehen.

II. Besondere Bestimmungen

Art. 3

Befristung

¹ Die Bewilligung für Fremdwerbung wird auf fünf Jahre befristet, sofern die nachfolgenden Bestimmungen dieser Verordnung nicht eine andere Dauer festlegen.

² Die Bewilligung für Eigenwerbung unterliegt keiner Befristung, ausser die nachfolgenden Bestimmungen dieser Verordnung legen eine Befristung fest.

Art. 4

Reklamen mit
Lichtemissionen

¹ Reklamen bzw. Reklameanlagen mit Lichtemissionen sind grundsätzlich nur in Bauzonen zulässig und auch nur, sofern sie einzeln oder in der Gesamtwirkung keine übermässigen Lichtemissionen verursachen; ausgenommen sind Hinweistafeln gemäss Art. 2 Abs. 3, sofern diese die Grösse von 80cm x 150cm nicht übersteigen.

² Die Lichtstärke ist so zu wählen, dass keine Blendwirkung entsteht.

³ Eine Reklame mit Lichtemissionen kann mit der Auflage verbunden werden, diese während bestimmter Zeit abzuschalten oder auf ein bestimmtes Mass zu dimmen.

⁴ Reflektierende und blinkende Reklamen bzw. Reklameanlagen sowie Laufschriften werden nicht bewilligt.

⁵ Der Betrieb von himmelwärts gerichteten Reklameanlagen (Skybeamer, Laserscheinwerfer etc.) ist nicht zulässig. Das Projizieren von Reklamen auf Gebäude, Böden oder Berge ist verboten.

⁶ Hinterleuchtete Plakatwerbbestellen mit automatisch wechselnden Reklamen sowie digitale Reklameanlagen sind auf dem Gemeindegebiet aufgrund der Gefahr von übermässigen Lichtemissionen in der Gesamtbetrachtung lediglich zurückhaltend zu bewilligen.

Art. 5

Reklamen an
Fassaden

¹ An Fassaden darf keine Fremdwerbung angebracht werden. Für zeitlich beschränkte Fremdreklamen in Form von Megapostern gemäss Art. 6 oder während Grossveranstaltungen gemäss Art. 22 f. sind Ausnahmen möglich.

² Fassaden dürfen nicht mit Eigenwerbung überladen und die Fassadenstruktur darf nicht übermässig gestört werden. Die Eigenreklamen dürfen maximal bis zum Ende des ersten Obergeschosses reichen. Diese Höhenbeschränkung gilt nicht für Gebäude, die von einem Hauptnutzer belegt werden (bspw. Einkaufszentren, Hotels, Kliniken, Bildungs- und Forschungsinstitutionen, Talstationen von Bergbahnen).

³ Reklamen dürfen Gebäudeöffnungen, die Räumen dienen, die für den Aufenthalt von Menschen bestimmt sind, nicht übermässig überdecken.

⁴ Für Reklameanlagen, die an der Fassade angebracht werden und in den öffentlichen Luftraum hineinragen, sind die entsprechenden Bestimmungen im Baugesetz zu beachten.

Art. 6

Megaposter

Megaposter sind mit Ausnahme von Art. 7 und Art. 22 f. nur an den im Plan im Anhang der Verordnung bezeichneten Standorten zulässig und werden lediglich befristet für maximal 2 Jahre bewilligt. Megaposter dürfen nicht beleuchtet werden.

	Art. 7
Plakatträger	<p>¹ Die Plakatträgertypen, die Formate und die wichtigsten Masse und Abstände bei Reklameanlagen in Form von Plakatträgern sind einheitlich zu halten.</p> <p>² Aus Plakatträgern desselben Formats können Gruppen gebildet werden.</p> <p>³ Die Plakatträger werden befristet für maximal 5 Jahre bewilligt.</p>
	Art. 8
Reklamen auf Baugerüsten und Bauwänden / Baureklametafeln	<p>¹ Eine freistehende Baureklametafel kann für die beteiligten Handwerker und für die Bewerbung der Gebäudenutzungsmöglichkeiten zugelassen werden. Reklamen auf den Gerüsten und den Bauwänden werden zum Zweck der Eigenwerbung, Gebäudenutzungsmöglichkeiten oder für die beteiligten Handwerker bewilligt.</p> <p>² Die Reklame auf Gerüsten bzw. Bauwänden soll nach Möglichkeit die ganze Fläche der Wand bzw. des Gerüsts abdecken. Davon ausgenommen sind die Reklamen der beteiligten Handwerker. Kann nicht die ganze Fläche belegt werden, so ist zumindest die ganze Höhe oder die ganze Breite auszunützen. Die Bewilligung darf höchstens für die Dauer der effektiven Bauphase (Standzeit des Gerüsts oder der Bauwand) erteilt werden.</p> <p>³ Freistehende Baureklametafeln dürfen nicht grösser sein als 6m x 3m und müssen spätestens sechs Monate nach Bauvollendung wieder entfernt werden.</p> <p>⁴ Baureklamen dürfen nicht beleuchtet werden.</p>
	Art. 9
Hausdächer	<p>¹ Reklameanlagen bzw. Reklamen auf Hausdächern sind nur für die Betriebsbezeichnung des Hauptnutzers des Gebäudes erlaubt.</p> <p>² Bei Schrägdächern dürfen Dachreklamen höchstens 1.0m hoch sein. Sie sind parallel zur Trauflinie ab der Fassade oder bis 1.0m davon zurückversetzt anzubringen. Sie dürfen insgesamt höchstens einen Viertel der jeweiligen Fassadenlänge des obersten Geschosses lang sein.</p> <p>³ Bei Flachdächern dürfen Dachreklamen den Dachrand-Abschluss des obersten Geschosses um höchstens 1.0m bzw. aufgeständert 1.70m überragen. Sie dürfen insgesamt höchstens einen Viertel der jeweiligen Fassadenlänge des obersten Geschosses lang sein.</p>
	Art. 10
Politische Werbung	<p>¹ Werbung im Zusammenhang mit Wahlen und Abstimmungen dürfen frühestens sechs Wochen vor der Wahl oder Abstimmung angebracht werden und müssen spätestens fünf Tage nach der Wahl oder Abstimmung entfernt werden.</p> <p>² Die Gemeinde hat während der Zeitspanne gemäss Abs. 1 für die jeweiligen politischen Parteien, politischen Gruppierungen sowie Initiativ- und Referendumskomitees unter Beachtung der kommunikativen Chancengleichheit auf öffentlichem Grund mindestens einen geeigneten Standort zur Verfügung zu stellen. Die Standorte werden in einem separaten Plan im Anhang dieser Verordnung erfasst. Pro Standort darf die Reklame höchstens einmal angebracht werden.</p> <p>³ Auf privatem Grund ist politische Reklame während der Zeitspanne gemäss Abs. 1 unter Beachtung sämtlicher übergeordneter Bestimmungen auf dem ganzen Gemeindegebiet gestattet.</p> <p>⁴ Sofern die gemäss kantonalem Recht zuständige Behörde für Strassenreklamen an Kantonsstrassen für Wahlplakate vor eidgenössischen oder kantonalen</p>

Wahlen spezifische Regelungen erlässt, gelten diese Vorgaben für Reklamen im Zuständigkeitsbereich des Kantons. Auf dem übrigen Gemeindegebiet sind die kommunalen Regelungen massgebend.

Art. 11

Öffentlicher
Plakatanschlag

Die Gemeinde kann Einrichtungen für den öffentlichen Plakatanschlag bewilligen. Die Reklame mit einer Maximalgrösse von DIN A2 (42cm x 59.4cm) ist innert 5 Tagen nach Ablauf der Veranstaltung von den Organisatoren auf deren Kosten zu entfernen. Das Anbringen von mehreren identischen Reklamen an der gleichen Einrichtung ist untersagt. Die Standorte werden im Plan im Anhang dieser Verordnung erfasst.

Art. 12

Kulturelle Plaka-
tierung

Für kulturelle und kommunale Plakatierung sind gebührenfrei 10 Plakatanschlagstellen zur Verfügung zu stellen.

Art. 13

Transparente und
Banner für Anläs-
se und Veranstal-
tungen

Transparente und Banner, die über eine Strasse gespannt werden oder an den Strassenrändern an speziellen flaggenähnlichen Vorrichtungen befestigt werden, sind nur an den Hauptverkehrsachsen und nur an den im Anhang bezeichneten Standorten zulässig. Es sind nur temporäre Reklamen für gemeinnützige, kulturelle oder sportliche Veranstaltungen oder Anlässe von mindestens regionaler Bedeutung, namentlich Messen, Kongresse, Ausstellungen und dergleichen zulässig. Die Reklamen sind unmittelbar nach Ablauf der Veranstaltung auf Kosten des Veranstalters zu entfernen.

Art. 14

Beflaggung

¹ Für Veranstaltungen ist das Aufstellen von Flaggen zu Werbezwecken gemäss Art. 22 ff. gestattet.

² Im Übrigen sind fest verankerte Flaggen nur an den Hauptverkehrsachsen und nur an den im Plan im Anhang zu dieser Verordnung bezeichneten Standorten zulässig. Es sind dort nur temporäre Reklamen für gemeinnützige, kulturelle oder sportliche Veranstaltungen oder Anlässe von mindestens regionaler Bedeutung, namentlich Messen, Kongresse, Ausstellungen und dergleichen zulässig. Die Reklamen sind unmittelbar nach Ablauf der Veranstaltung auf Kosten des Veranstalters zu entfernen.

Art. 15

Mobile Werbe-
träger

¹ Standorte zum Abstellen von Anhängern und Fahrzeugen für Werbezwecke werden auf entsprechende Gesuche einmalig pro Jahr befristet für maximal 2 Wochen bewilligt. Die darauf angebrachten Reklamen müssen sämtlichen gesetzlichen Anforderungen genügen. Sie dürfen nicht zu einem Hindernis werden und die Verkehrssicherheit nicht beeinträchtigen.

² Weitere mobile Werbeträger (Ski-, Fahrrad- und Flaggenständer, Tische, weiteres Mobiliar etc.) dürfen zum Zweck der Eigenwerbung genutzt werden.

Art. 16

Passantenstopper

Passantenstopper (mobile Reklametafeln od. sogenannte Reiter) müssen folgende Voraussetzungen erfüllen:

- a) Der Passantenstopper darf maximal 120cm hoch und 80cm breit sein

- sowie die Bodenfläche von 1m² nicht überschreiten.
- b) Pro Geschäft darf nur ein Passantenstopper aufgestellt werden.
 - c) Der Passantenstopper darf den Personen- und Fahrzeugverkehr auf dem Trottoir bzw. dem Platz/Vorplatz nicht behindern und muss direkt an der Gebäudefassade des Geschäftsbetriebs aufgestellt werden. Es muss ausreichend Platz (mindestens 1.5m) für den Durchgang auf dem Trottoir zur Verfügung stehen.
 - d) Ausserhalb der Öffnungszeiten sind die Passantenstopper zu entfernen.
 - e) Passantenstopper dürfen nicht zum Zweck der Fremdwerbung genutzt werden.

Art. 17

Schaufenster Schaufenster dürfen nicht zum Zweck der Fremdwerbung genutzt werden.

Art. 18

Beschattungssysteme Auf Sonnenschirmen, Storen sowie anderen Beschattungssystemen ist Eigenwerbung in diskreter und zurückhaltender Art und Weise gestattet.

Art. 19

Buswartehäuschen und Werbung in und an öffentlichen Bussen der Verkehrsbetriebe Davos

¹ In Buswartehäuschen ist Werbung nur in Form von Plakaten bewilligungsfähig. Die Reklameanlagen sind einheitlich zu halten.

² In und an den öffentlichen Bussen der Verkehrsbetriebe Davos kann Werbung angebracht werden. Sie darf für das Ortsbild nicht störend in Erscheinung treten.

³ Details werden von der Baubehörde in Vollzugsrichtlinien geregelt.

Art. 20

Bergbahngebiete und Golfplatz Für Werbung in den Bergbahngebieten und auf dem Golfplatzareal sind die Vorschriften dieses Erlasses und der übergeordneten Bestimmungen zu beachten. Die Standorte für Fremdwerbung werden in einem separaten Plan im Anhang dieser Verordnung erfasst.

Art. 21

Funktionszustand, Erscheinungsbild

¹ Jede Reklame bzw. Reklameanlage ist in einwandfreiem Funktionszustand und sauber zu halten.

² Beschädigte oder nicht mehr funktionstüchtige Reklamen bzw. Reklameanlagen sind in Stand zu setzen oder zu entfernen.

III. Veranstaltungen

Art. 22

Grossveranstaltungen
a) Allgemeines

Bei Grossveranstaltungen von überregionaler Bedeutung ist Fremd- und Eigenwerbung während der Veranstaltungsdauer innerhalb des Veranstaltungsgeländes grundsätzlich gestattet. Die Reklamen müssen nach Möglichkeit ins Innere des Veranstaltungsgeländes zum Veranstaltungspublikum hin gerichtet werden. Für diese Form von Werbung ist keine Bewilligung nach Art. 30a oder Bezeichnung eines Fremdwerbstandorts gemäss Art. 30e Baugesetz nötig. Für solche Anlässe ist von den Veranstaltern ein Gesamtkonzept zur Bewilligung einzureichen.

Art. 23

- b) Ausnahmen Für Veranstaltungen ohne festes Veranstaltungsgelände (z.B. Kongresse, an denen gleichzeitig mehrere Lokalitäten vom Veranstalter oder von Teilnehmern im Rahmen der Veranstaltung belegt werden) können für die Dauer der Veranstaltung eigene Reklamestandorte bewilligt werden.

Art. 24

- Lokale und regionale Veranstaltungen Für alle übrigen Veranstaltungen von nicht überregionaler Bedeutung ist Fremd- und Eigenwerbung während der Veranstaltungsdauer innerhalb des Veranstaltungsgeländes grundsätzlich gestattet. Die Reklamen müssen nach Möglichkeit ins Innere des Veranstaltungsgeländes zum Veranstaltungspublikum hin gerichtet werden. Für diese Form von Werbung ist unter Vorbehalt anderslautender gesetzlichen Regelungen keine Bewilligung nach Art. 30a oder Bezeichnung eines Fremdwerbstandorts gemäss Art. 30e Baugesetz nötig.

IV. Schlussbestimmungen

Art. 25

- Inkrafttreten Diese Verordnung tritt gleichzeitig mit den Bestimmungen über das Reklamewesen im kommunalen Baugesetz in Kraft.

Plan Reklamewesen

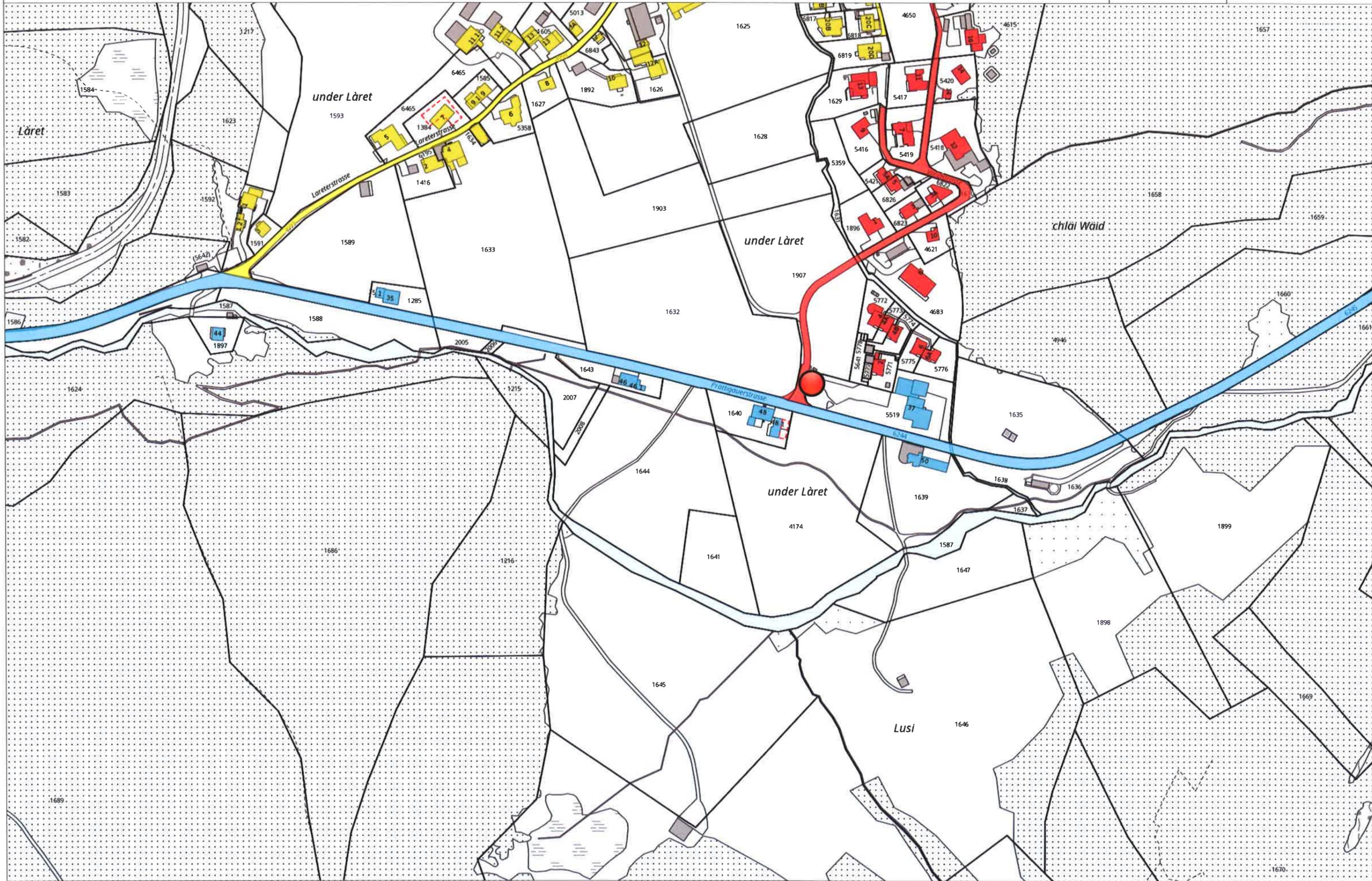
Legende

 Fremdwerbung bewirtschaftet

Fremdwerbung nicht bewirtschaftet

 Megaposter

 Transparente und Banner



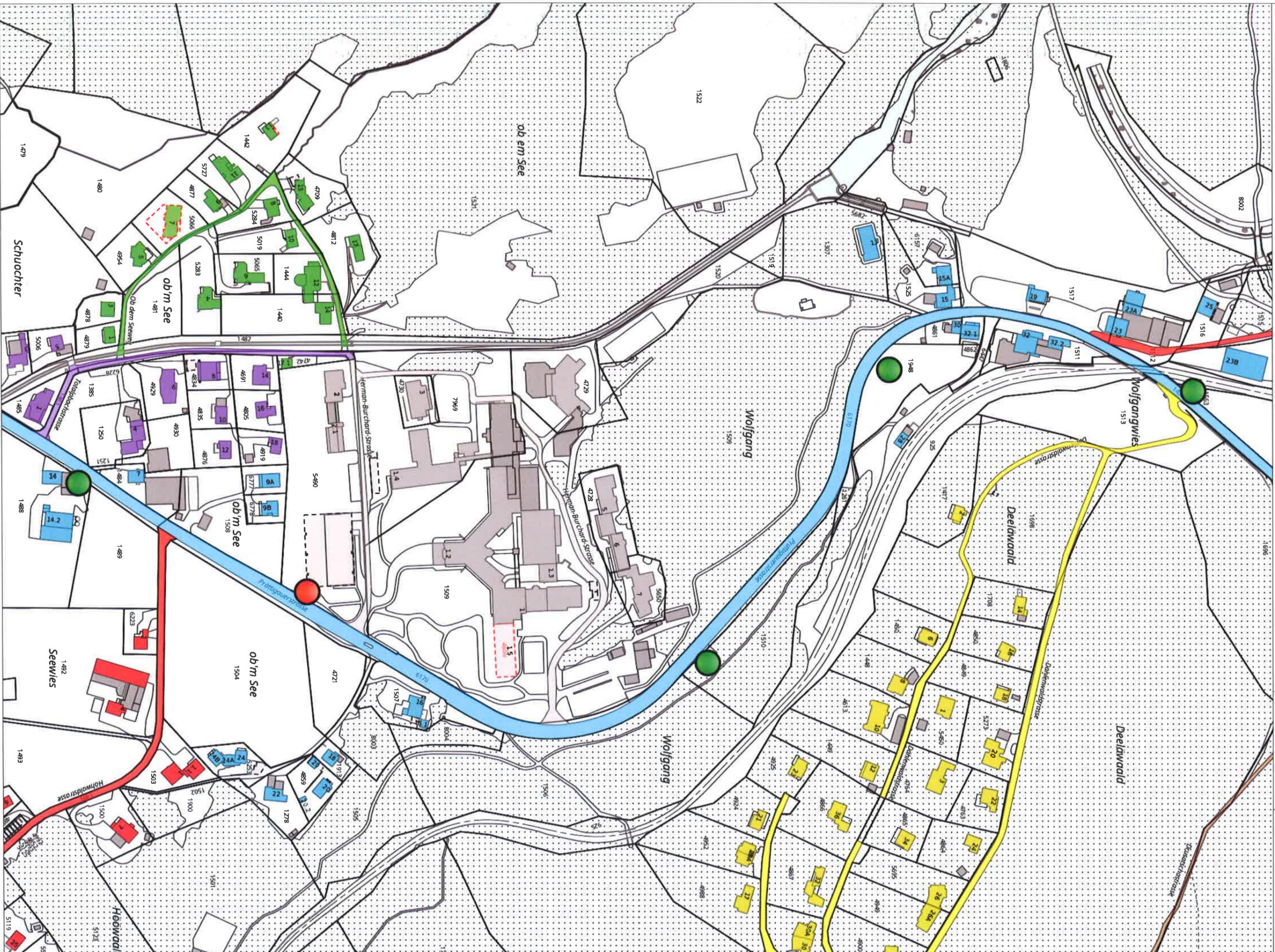


Massstab 1: 2500

Erstellt: 05.07.2017



DAVOS



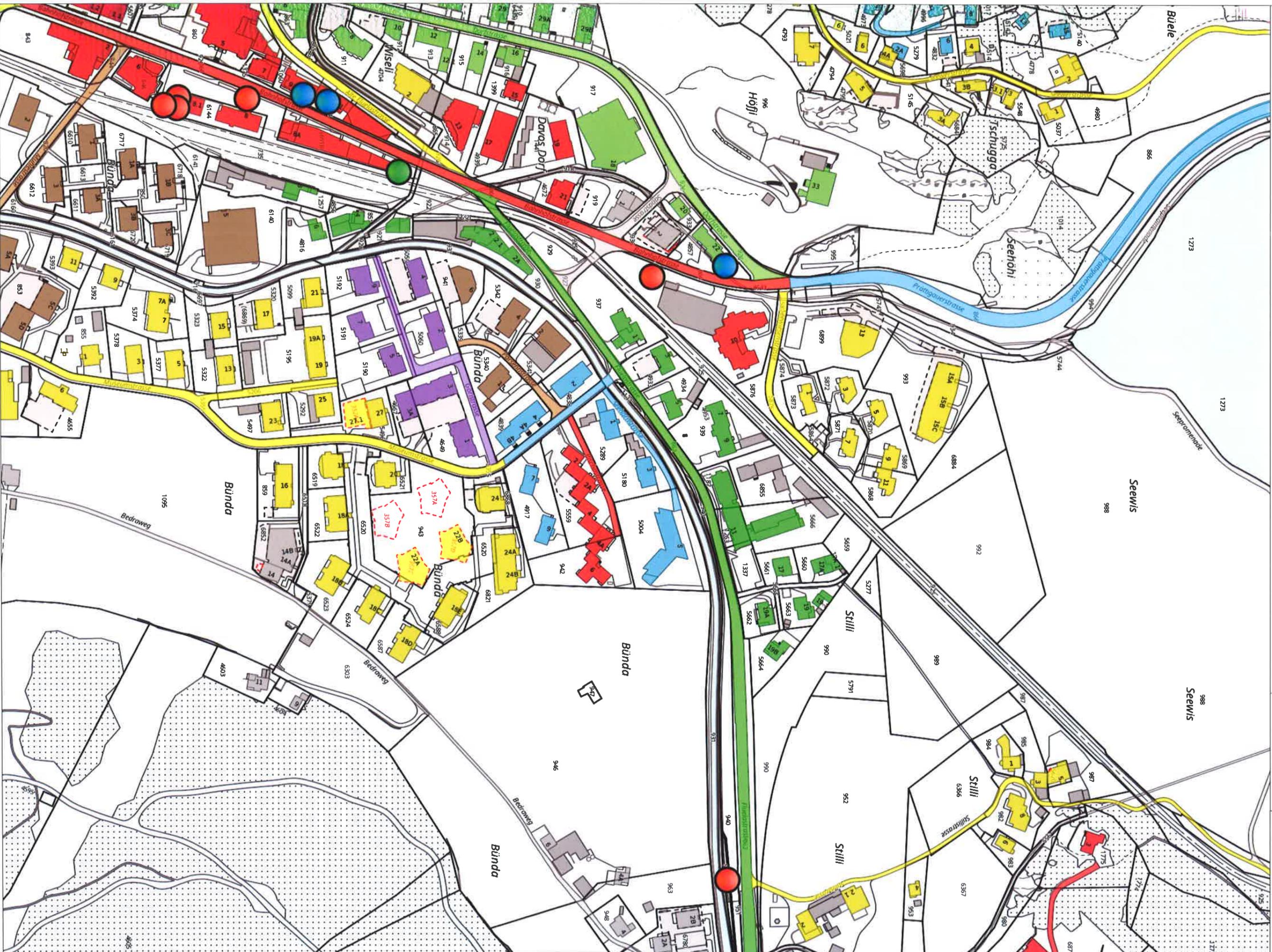


Massstab 1: 2500

Erstellt: 05.07.2017



DAVOS

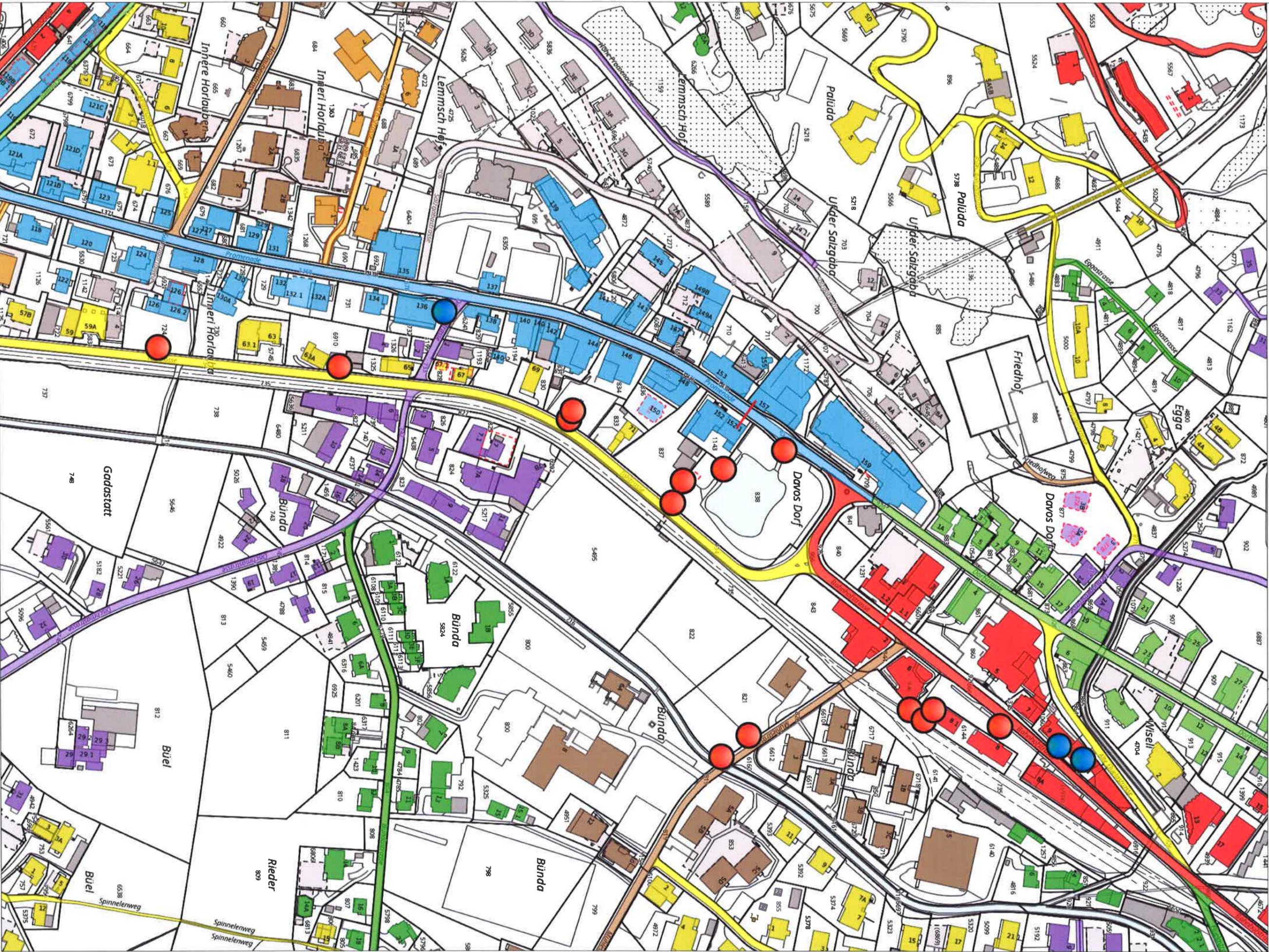


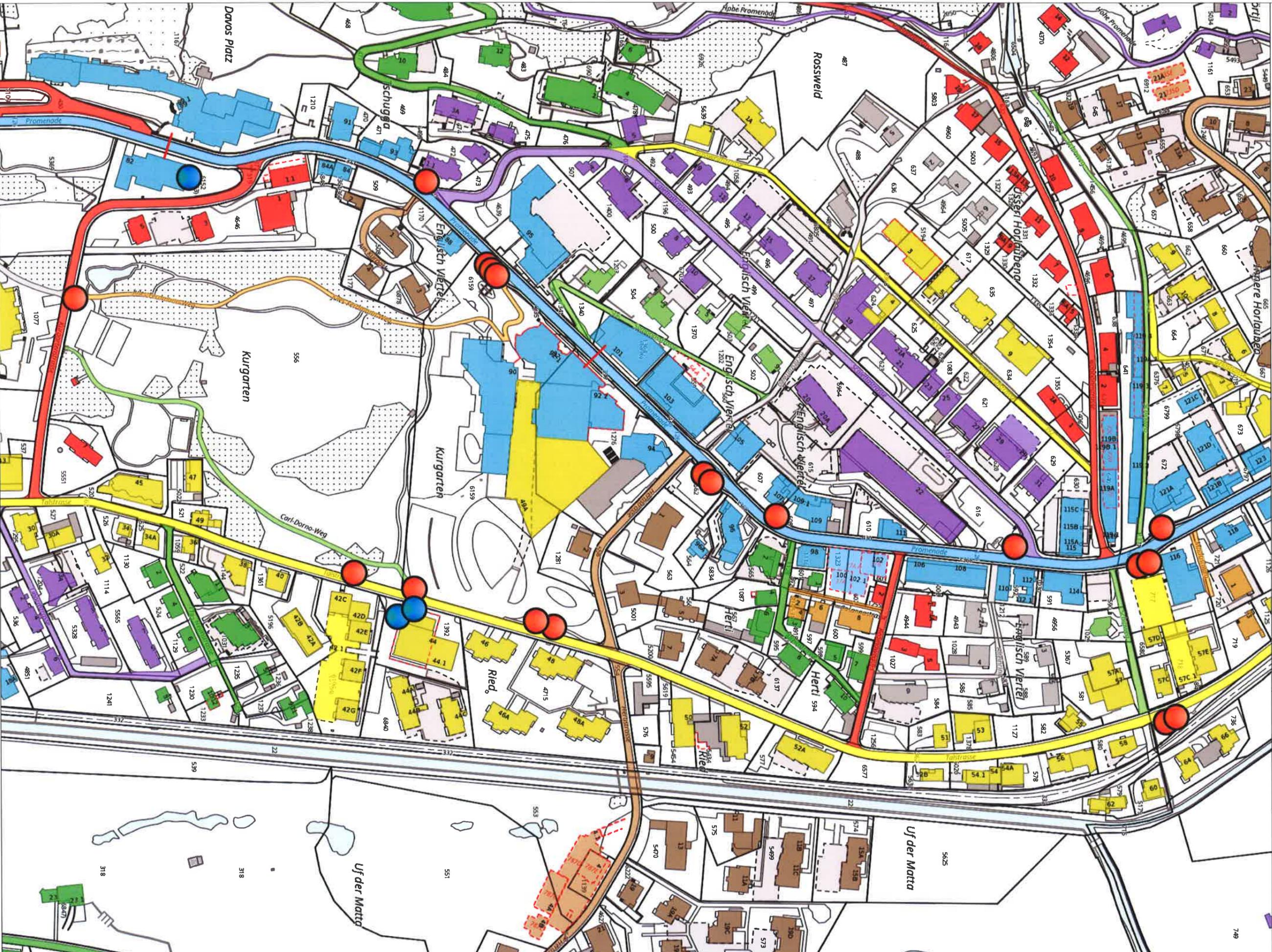


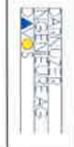
Massstab 1: 2500

Erstellt: 05.05.2017

DAVOS



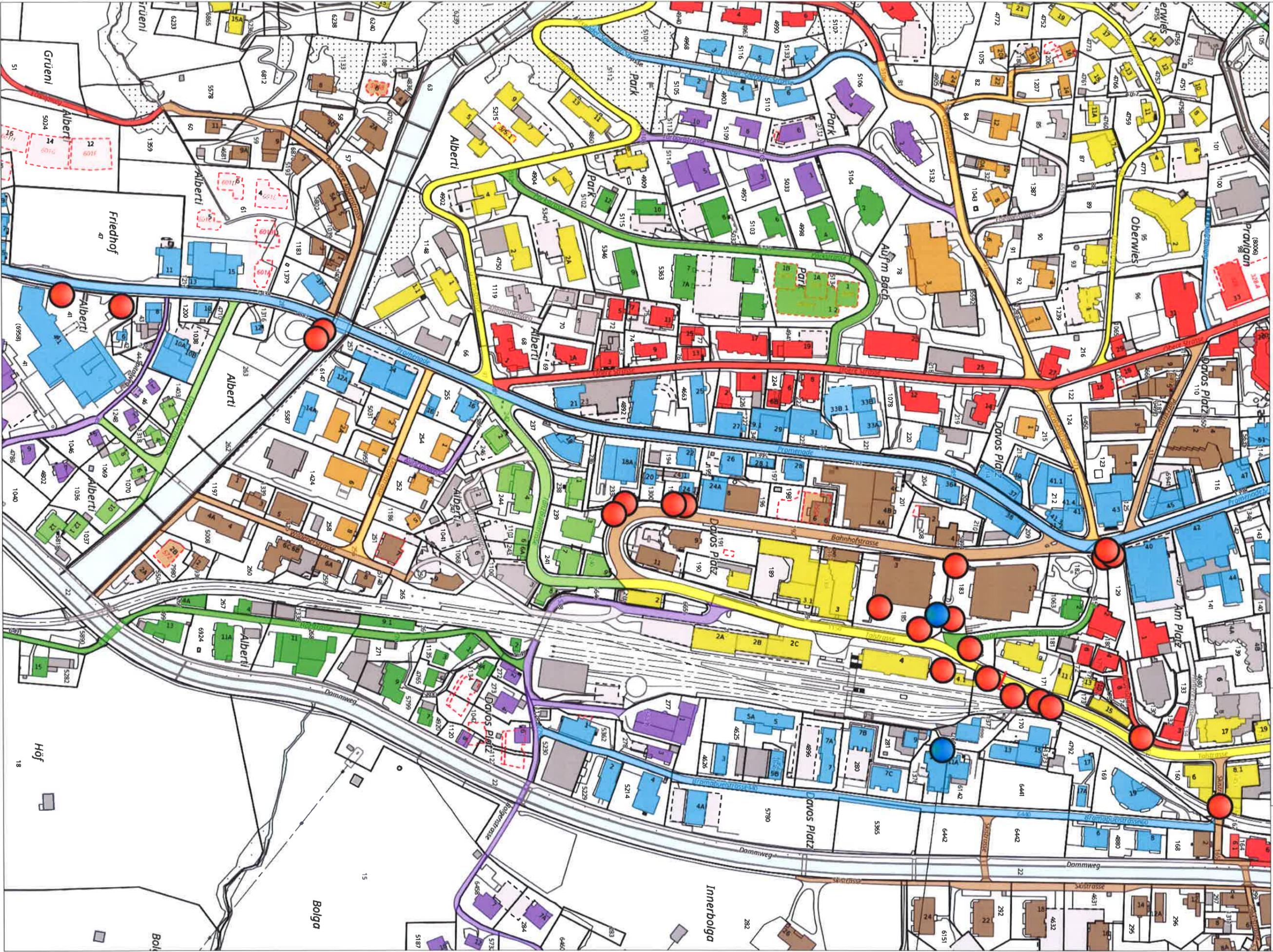




Massstab 1: 2500
Erstellt: 05.05.2017



DAVOS





Massstab 1: 2500

Erstellt: 05.07.2017



DAVOS



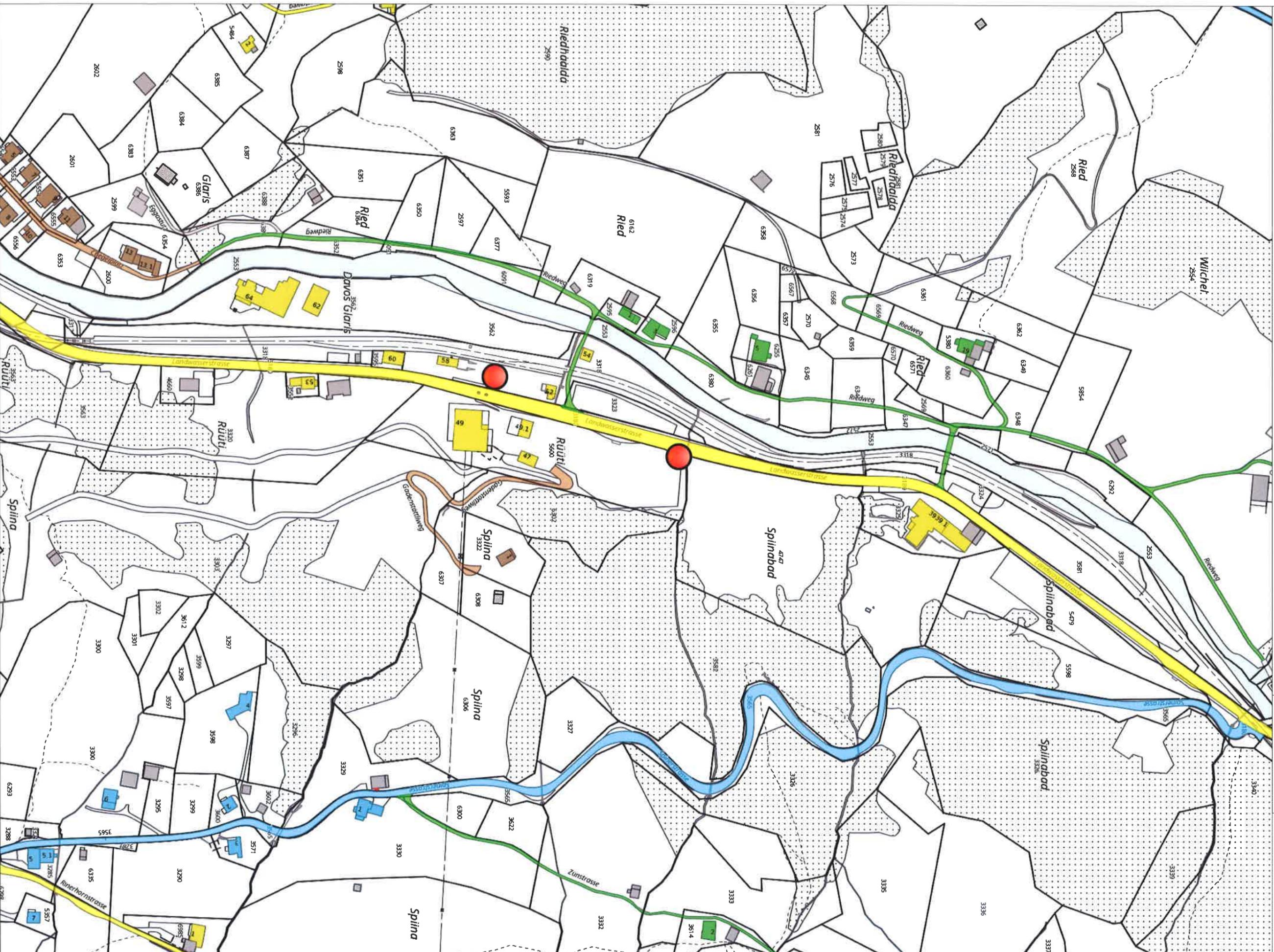


Massstab 1: 2500

Erstellt: 05.05.2017



DAVOS



Davos, 02.11.2016

Planungsbericht

Neuregelung des Reklamewesens im Baugesetz

1. Anlass für die Neuregelung des Reklamewesens

Hintergrund für die geplante Anpassung des kommunalen Baugesetzes im Hinblick auf eine Neuregelung des Reklamewesens in der Gemeinde Davos bildet ein Postulat von Landrat Hanspeter Ambühl und sechs Mitunterzeichner vom 13. März 2014. Darin werden unter anderem die Entwicklungen in der Werbebranche (insbesondere Einsatz von modernen Werbemitteln wie Werbecontainer, Grossplakatierungen bei Grossanlässen, Licht, Werbefahren, Gerüstwerbung sowie Werbung über Bildschirme) und die Frage nach einer ortsverträglichen Regelung des Reklamewesens thematisiert. Die Postulanten stellten deshalb u.a. folgende Anträge:

- [...]
- *das Plakatierungskonzept aus dem Jahre 2002 soll neu überarbeitet, wie unten ausgeführt ergänzt und dem Grossen Landrat zur Genehmigung vorgelegt werden;*
- *der Werbeeinsatz auf den verschiedenen Werbeträgern muss definiert und in einem Konzept geregelt werden;*
- [...]

Die Gemeinde Davos verfügt über ein Plakatierungskonzept aus dem Jahre 2002, das die Anzahl Plakatstellen je Standort und die Plakatgrössen für die sog. Fremdwerbung definiert. Gesuche um zusätzliche Reklamestandorte wurden gestützt auf dieses Plakatierungskonzept bislang stets abgewiesen, soweit es dabei nicht um den Ersatz für einen infolge Bautätigkeit aufgegebenen Standort handelte. Die restriktive Haltung der Gemeinde in dieser Frage bzw. die Durchsetzbarkeit des Plakatierungskonzeptes ist unter rechtlichem Gesichtspunkt allerdings problematisch (vgl. Ausführungen unter Ziff. 3 nachfolgend).

Die geltende Regelung erweist sich angesichts der dynamischen Entwicklungen in der Werbebranche als zu starres und zur Abstützung eines Behördenentscheidendes ungeeignetes Instrument, was mangels ausreichend klaren Vorgaben zu unnötigen Beschwerdeverfahren im Zusammenhang mit Gesuchen um zusätzliche Plakatstandorte führen kann. Unter diesen Umständen erachtete der Kleine Landrat eine Überprüfung des heutigen Konzepts verbunden mit neuen resp. ergänzenden Regeln als sinnvoll. Anlässlich seiner Sitzung vom 25. September 2014 stimmte der Grosse Landrat dem Antrag des Kleinen Landrates zur Überweisung des Postulats von Hanspeter Ambühl und Mitunterzeichner denn auch einstimmig zu.

2. Geltende Regelung

2.1 Kommunale Bestimmungen

2.1.1 Landschaftsgesetz über das Plakat- und Reklamewesen vom 20. Februar 1927 und Plakatierungskonzept 2002

In seiner Konzeption unterscheidet das kommunale Gesetz über das Plakat- und Reklamewesen zwischen Fremd- und Eigenwerbung und legt in Art. 1 als Grundsatz fest, dass das Recht für Fremdwerbung auf öffentlichem Grund sowie auf Privatplätzen, die vertraglich in das öffentliche Plakatwesen einbezogen werden, für das ganze Gemeindegebiet ausschliesslich der Gemeinde zusteht. Dafür wurden die entsprechenden Stellen ausgeschrieben und durften wie heute einem Dritten zur Bewirtschaftung überlassen werden (die Standorte sind im bereits erwähnten Plakatierungskonzept enthalten). Unbeschränkt zulässig ist dagegen Eigenwerbung, d.h. Werbung, die auf Grundstücken desselben Eigentümers für in seinen Gebäulichkeiten und Anlagen betriebene Geschäfte und Veranstaltungen steht.

Das erwähnte Plakatierungskonzept aus dem Jahre 2002 basiert somit auf dem Landschaftsgesetz über das Plakat- und Reklamewesen.

2.1.2 Baugesetz der Gemeinde Davos vom 4. März 2001

Im kommunalen Baugesetz besteht mit Art. 30 eine explizite Bestimmung zu Reklamen und Hinweistafeln:

Art. 30

Reklamen und Hinweistafeln ¹ *Reklamen und Hinweistafeln sind zulässig, soweit sie das Orts-, Strassen- und Landschaftsbild sowie die Verkehrssicherheit nicht beeinträchtigen. Bewegliche Lichtreklamen und Anlagen mit akustischen Wirkungen sind untersagt.*

² *Reklamen dürfen nur an den von der Gemeinde bezeichneten Stellen sowie an Gebäuden für die dort hergestellten oder angebotenen Produkte oder Dienstleistungen angebracht werden.*

Entsprechende Anzeigen sind danach zulässig, soweit sie das Orts-, Strassen- und Landschaftsbild sowie die Verkehrssicherheit nicht beeinträchtigen (im Zusammenhang mit den

verlangten gestalterischen Anforderungen präzisiert Art. 30 BauG damit die sog. Ästhetikklausel aus Art. 24 BauG). Verboten sind dagegen bewegliche Lichtreklamen und Anlagen mit akustischen Wirkungen. Art. 30 Abs. 2 BauG nimmt die im Landschaftsgesetz über das Plakat- und Reklamewesen getroffene Unterscheidung zwischen Eigen- und Fremdwerbung ebenfalls auf und hält fest, dass Reklamen nur an den von der Gemeinde bezeichneten Stellen (Fremdwerbung) sowie an Gebäuden für die dort hergestellten oder angebotenen Produkte oder Dienstleistungen (Eigenwerbung) angebracht werden dürfen.

Eine weitere Bestimmung im Baugesetz (Art. 51 Abs. 1 lit. d) betrifft Reklamevorrichtungen, die in den öffentlichen Luftraum hineinragen: Solche Installationen werden nur bewilligt, wenn sie mindestens 3.5 Meter über dem Trottoir bzw., wo ein solches fehlt, 4.5 Meter über der Fahrbahn angebracht werden und in jedem Fall höchstens einen Meter ausladen.

2.2 Öffentlich-rechtliche Bestimmungen des übergeordneten Rechts

Im kantonalen Recht ist auf Werbeträger die mit der kommunalen Ästhetikbestimmung vergleichbare Vorschrift zur Gestaltung von Bauten und Anlagen im Hinblick auf eine gute Gesamtwirkung mit der Umgebung und der Landschaft aus Art. 73 KRG anwendbar. Zudem sind in formeller Hinsicht Art. 40 Abs. 1 Ziff. 6 lit. g und h sowie Ziff. 9 KRVO zu beachten, wonach Strassenreklamen, unbeleuchtete Reklamen an touristischen Einrichtungen mit einer Fläche bis zu 5m² und Reklameeinrichtungen wie Firmentafeln, Schaukästen, Leuchtreklamen und Hinweistafeln mit einer Fläche bis zu 1.5m² keiner Baubewilligung bedürfen. Gestützt auf Art. 50 Abs. 2 KRVO i.V.m. Art. 4 Abs. 2 lit. c und e Ausführungsverordnung zum Baugesetz der Gemeinde Davos unterstehen sie jedoch dem Meldeverfahren nach Art. 51 KRVO.

Schliesslich können auch noch weitere öffentlich-rechtliche Bestimmungen des übergeordneten Rechts für Werbemassnahmen bedeutsam sein, insbesondere aus dem Bereich der Sicherheit im Strassenverkehr, welche aber ohne Einfluss auf die Neuregelung der Werbevorschriften auf kommunaler Stufe bleiben.

3. Ziel der Revision

3.1 Schaffung einer gesetzlichen Grundlage

Das vom Kleinen Landrat erlassene Plakatierungskonzept bildet keine ausreichende Grundlage zur Regelung der Werbetätigkeit, da damit verbundene Einschränkung die in Art. 27 BV garantierte Wirtschaftsfreiheit betreffen. Entsprechende Bestimmungen bedürfen deshalb einer gesetzlichen Grundlage, müssen im öffentlichem Interesse liegen und verhältnismässig sein (Urteil des Verwaltungsgerichts Graubünden vom 25. Februar 2003 [R 02 102]):

[...] Es ist vorweg zu prüfen, ob das kommunale Plakatierungskonzept allein eine hinreichende gesetzliche Grundlage im Sinne von Art. 36 Abs. 1 BV darstellt, um einen negativen Baubescheid zu verfügen. Wie sich den beiden anlässlich des Augenscheins zu den Akten gegebenen Schreiben betreffend "Gesamtkonzept Plakatierung ... / Vertrag über öffentlichen Grund" an die APG bzw. "Plakatierung ..." an die ... entnehmen lässt,

enthält das kommunale Plakatierungskonzept eine Zusammenstellung von bestehenden und künftigen Reklamestandorten im Siedlungsbereich. Das Konzept wurde in Zusammenarbeit zwischen der Gemeinde und den beiden erwähnten Anbietern erstellt und vom ... (Exekutive) anlässlich seiner Sitzung vom 11. Juni 2002 genehmigt. Es enthält keine generell abstrakten Vorschriften und wurde auch nicht von der Legislative (... , Urnenabstimmung) beschlossen. Es stellt daher – wie der Rekurrent am Augenschein zu Recht ausführen liess – keine verbindliche Reklameordnung im Sinne einer grundeigentümergebundenen Vorschrift dar. Damit ist aber auch gesagt, dass das eingangs verlangte Erfordernis der hinreichenden gesetzlichen Grundlage nach Art. 36 Abs. 1 BV nicht erfüllt ist. Der Umstand, dass der geplante Standort am westlichen Dorfeingang nicht im kommunalen Plakatierungskonzept enthalten ist, vermag daher den für den Rekurrenten negativen Baubescheid nicht zu rechtfertigen. [...]

Mit den neuen Bestimmungen wird deshalb die notwendige gesetzliche Grundlage für den Umgang mit Reklamen geschaffen.

3.2 Beschränkte Möglichkeit für weitere Fremdreklamen auf privatem Grund

Problematisch am heutigen Konzept ist jedoch nicht nur die unzureichende gesetzliche Grundlage, sondern auch das generelle Verbot von Fremdwerbung ausserhalb der im Plakatierungskonzept ausgewiesenen Standorte. Gemäss höchstrichterlichem Urteil (BGE 128 I 3) ist dies mit dem Grundsatz der Verhältnismässigkeit unvereinbar:

[...] Das Bedürfnis nach Eigenreklame (auf der eigenen Betriebsliegenschaft) hat einen höheren Stellenwert als das blosse Interesse, sein Grundstück gegen Entgelt für Fremdreklame zur Verfügung stellen zu können. Es ist insoweit nicht unzulässig, wenn eine Gemeinde, um die Zahl der Reklamen aus ästhetischen Gründen in Grenzen zu halten, Fremdreklamen in schützenswerten Gebieten und Ortsteilen generell verbietet und nur Eigenreklamen in einem bestimmten Rahmen zulässt; lediglich ein undifferenziertes und ausnahmsloses Verbot von Fremdreklamen auf privatem Grund kann sich als unverhältnismässiger Eingriff in die Wirtschaftsfreiheit und die Eigentumsgarantie erweisen. [...]

Vor diesem Hintergrund konnte Gesuchen für neue Reklamestandorte nur gestützt auf ästhetische Gesichtspunkte zum Schutz des Ortsbildes vor überbordender Werbung erfolgreich begegnet werden. Die Behörden verfügen dabei über ein weites Ermessen, müssen aber jeden Einzelfall neu beurteilen. Die Voraussehbarkeit der Verwaltungsakte wird dadurch erschwert.

Wie bisher soll Fremdwerbung auf privatem Grund nur an den in einem speziellen Plan ausgewiesenen Standorten zugelassen werden. Um dadurch kein undifferenziertes Verbot von Fremdwerbung auf Privatgrund aufzustellen, können interessierte Personen in diesen Plan Einsicht nehmen und bei der Baubehörde die Aufnahme eines zusätzlichen Standorts beantragen. Dieser wird nun bewilligt, wenn nachgewiesen wird, dass die Vorschriften dieses Gesetzes und darauf abgestützte Verordnungen eingehalten werden. Dabei ist das

Ortsbild und die Landschaft jedoch vor einer störend grossen Anzahl Fremdreklamen zu schützen.

4. Neuregelung des Reklamewesens als Teil des Baurechts

Reklamen sind raumrelevante Installationen, weshalb diesbezügliche kommunale Vorschriften im Baurecht der Gemeinde zu verankern sind.

4.1 Auf Gesetzesstufe

Der Kleine Landrat beabsichtigt, das Baugesetz mit acht neuen Artikeln zu ergänzen (Art. 30a – 30h) und Erweiterung von Art. 157. Diese Vorschriften betreffen die Bewilligungs- bzw. Meldepflicht für Werbeanlagen, die Gestaltung, die Anzahl und die speziellen Effekte (Licht, Akustik, Bewegung, Animation usw.) von solchen Installationen, das Verbot von diskriminierenden, unwürdigen oder unsittlichen Inhalten, die Unterscheidung zwischen Eigen- und Fremdwerbung, die Ausnahmemöglichkeiten für Veranstaltungen sowie die Grundlage für einen separaten Gebührentarif.

Die neuen Bestimmungen zum Reklamewesen nutzen den grossen Ermessensspielraum, der den Gemeinden in diesem Bereich zukommt. In ihrer Konzeption wird die Unterscheidung zwischen Eigenwerbung mit erleichterten Bewilligungsvoraussetzungen und nur restriktiv erlaubter Fremdwerbung beibehalten. Um über durchsetzbare, aber doch entwicklungsfähige Bestimmungen zu verfügen, sollen bloss die wichtigsten Regeln auf formell-gesetzlicher Grundlage erlassen und die jeweiligen Detailbestimmungen (z.B. zulässige Grössen, Umgang mit Megapostern) dagegen auf Verordnungsstufe festgelegt werden (unten Ziff. 4.2).

4.2 Auf Verordnungsstufe

Die Einzelheiten zur Zulässigkeit und Ausgestaltung von Reklamen auf öffentlichem und privatem Grund werden gestützt auf die in den oben erwähnten neuen, im Baugesetz einzufügenden Grundsätze zum Schutz des Orts-, Strassen- und Landschaftsbildes sowie der Verkehrssicherheit sodann in einer Verordnung über das Reklamewesen (Reklameverordnung) geregelt.

5. Kommentierung der neuen Gesetzesbestimmungen (Ergänzung Baugesetz mit Art. 30a - 30k)

5.1 Allgemeine Bestimmungen (Art. 30a - 30b BauG)

Für Reklameanlagen gilt eine grundsätzliche Bewilligungspflicht, d.h. die Anlagen unterstehen je nach Grösse und/oder Installationsdauer dem gebührenpflichtigen ordentlichen Baubewilligungsverfahren bzw. Meldeverfahren (Art. 146 ff. BauG; Art. 50 f. KRVO i.V.m. Art. 4 AVO BauG). Rechtswidrige Reklameanlagen sind zur Wiederherstellung des gesetzmässigen Zustandes zu entfernen.

Wie bislang, soll die Gemeinde die Möglichkeit haben, die Bewirtschaftung von Reklamanlagen auf öffentlichem Grund an einen Dritten zu vergeben. Der Einsatz von Spezialisten kann sich für die Gemeinde insbesondere auch finanziell auszahlen, da diese über eine grosse Marktnähe zu werbewilligen Kunden verfügen.

5.2 Besondere Bestimmungen (Art. 30c - 30g BauG)

a) Schutz des Orts-, Strassen und Landschaftsbildes und weitere Einschränkungen (Art. 30c und d BauG)

Art. 30c BauG wiederholt die im kantonalen und kommunalen Raumplanungs- und Baurecht enthaltene Ästhetikvorschrift (Art. 73 Abs. 1 KRG und Art. 24 Abs. 1 BauG). Art. 30c BauG räumt der Bewilligungsbehörde einen relativ weiten Ermessensspielraum zum Schutz des Orts-, Strassen- und Landschaftsbildes ein. Ästhetikfragen werden oft kontrovers diskutiert, weshalb eine solche Bestimmung der Konkretisierung des Reklamewesens entgegensteht. Es wird aber Situationen geben, in denen keine der vorhandenen Regelungen eine adäquate Lösung bietet und man ein Vorhaben nach ästhetischen Gesichtspunkten beurteilen muss.

In Art. 30d BauG werden weitere Einschränkungen erlassen: Dem Schutz des Orts-, Strassen- und Landschaftsbildes dient das Verbot von Fremdwerbung auf geschützten und erhaltenswerten Gebäuden; Eigenwerbung ist dagegen erlaubt, da Betriebe in solchen Gebäuden darauf angewiesen sind. An ortsprägenden Bauten, soweit solche überhaupt erfasst sind, ist Eigen- und Fremdwerbung möglich. Zudem sind Reklamanlagen auch unter sicherheitsrelevanten Aspekten und in ihrer Wirkung auf die Umwelt (Lichtemissionen, akustische Effekte, bewegliche Anlagen und animierte Werbung) zu beurteilen, was in der Reklameverordnung noch genauer definiert wird, soweit Art. 30d BauG nicht bereits ein Verbot enthält. Verboten sind Reklamen mit diskriminierendem oder gegen die menschliche Würde verstossendem bzw. unsittlichem und anstössigem Inhalt.

b) Eigen- und Fremdwerbung (Art. 30e BauG)

Die Neuregelung des Reklamewesens unterscheidet wie bis anhin zwischen Eigen- und Fremdwerbung, wobei die Begriffe in Art. 2 Abs. 3 u. 4 Reklameverordnung definiert sind: Eigenreklamen werben für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen, Ideen und dergleichen, die mit dem Standort der Reklame im örtlichen Zusammenhang stehen. Hierzu gehören auch Hinweistafeln, die aus einem Firmennamen oder Branchenhinweisen und allenfalls aus einem Firmensignet bestehen. Der örtliche Zusammenhang ist gegeben, wenn die Reklame am Gebäude selbst oder in dessen unmittelbarer Nähe angebracht ist. Fremdreklamen werben für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen und dergleichen, die mit dem Standort der Reklame in keinem örtlichen Zusammenhang stehen.

Die Standorte für Fremdwerbung werden (wie z.B. auch in St. Moritz) in einem speziellen Plan verzeichnet. Da man jedoch Fremdreklamen auf privatem Grund nicht undifferenziert verbieten kann, haben interessierte Private die Möglichkeit, die Aufnahme eines zusätzlichen Standortes zu beantragen und eine entsprechende Erweiterung des

Planes zu verlangen. Neue Standorte sind zu bewilligen, soweit dies mit dem Ortsbild verträglich ist und zu keiner übermässigen Konzentration an Fremdwerbung führt. Aus der Verordnung ergeben sich zusätzlich zu beachtende Vorgaben.

Um nach Ablauf einer bestimmten Dauer gewissen Korrekturen vornehmen zu können, erscheint es sinnvoll, Bewilligungen für Reklamen befristet zu können. Dem Werbekonzept liegt zugrunde, dass Fremdwerbung restriktiver behandelt werden soll als Eigenwerbung. Deshalb und aufgrund des grossen administrativen Aufwands sollen aber nicht alle Formen von Eigenwerbungen befristet werden. Im Gesetz wird deshalb als Grundsatz festgehalten, dass nur die Fremdreklamen zwingend einer Befristung unterliegen sollen, die Eigenreklamen jedoch nur im Einzelfall, d.h. je nach Werbeträger. Der Kleine Landrat soll jedoch die genaue Dauer der Befristung für die einzelnen Werbeträger im Rahmen der Verordnung festlegen können, um die Möglichkeit zu haben, innert nützlicher Frist auf allfällige Änderungen in der Branche (z.B. Aufkommen eines neuen Werbeträgers) reagieren zu können.

c) Veranstaltungen (Art. 30f BauG)

Da an Grossveranstaltungen jeweils spezielle und intensive Fremdwerbebedürfnisse bestehen, soll eine Lockerung der restriktiven Haltung gegenüber Fremdwerbung für solche Veranstaltungen möglich bleiben. Die Reklameverordnung verlangt zwar noch die Vorlage eines Gesamtkonzepts, für die einzelnen Reklamen innerhalb eines Veranstaltungsgeländes braucht es dann aber keine weitere kommunale Bewilligung.

Da Grossveranstaltungen (z.B. das WEF) nicht immer über ein vom Ort klar abgegrenztes Veranstaltungsgelände verfügen, sondern sich über die ganze Gemeinde erstrecken können, sollen temporäre Ausnahmen von den Werbevorschriften möglich sein (insbesondere was die Standorte für Fremdwerbung und Megaposter anbelangt).

Auch für die übrigen Veranstaltungen erscheint es gerechtfertigt, weitergehende Werbemöglichkeiten zu schaffen.

d) Delegation (Art. 30g BauG)

Die Bestimmung verweist auf die vom Kleinen Landrat erlassene Reklameverordnung. Dies entspricht der Konzeption für die Neuregelung des Reklamewesens, wonach nur für die allernötigsten Bestimmungen eine formell-gesetzliche Grundlage geschaffen werden soll und Detailfragen in einfach anzupassenden Ausführungsbestimmungen gelöst werden sollen.

e) Bestehende Anlagen (Art. 30h BauG)

Im Sinne eines Bestandsschutzes können bereits bestehende und rechtmässig aufgestellte Reklameanlagen weiterbetrieben werden, selbst wenn sie den neuen Bestimmungen widersprechen. Erst wenn an solchen Installationen Änderungen vorgenommen werden, sind sie den neuen rechtlichen Vorgaben anzupassen.

5.3 Gebühren

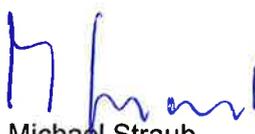
Aktuell werden Reklamen in Bezug auf Gebühren gleich behandelt wie andere Bauvorhaben. Gemäss Art. 157 des kommunalen Baugesetzes werden die Gebühren im Verhältnis zu den Baukosten erhoben. Die Gebühr beträgt maximal 3 Promille der amtlichen Schätzung bzw. der Baukosten. Im Minimum beträgt die Bewilligungsgebühr Fr. 300.– (vgl. Art. 2 Gebührentarif zum Baugesetz). Diese Gebührenbemessung erscheint für Reklamen eher unpassend, weshalb es gerechtfertigt ist, einen separaten Gebührentarif zu erlassen. Hierfür benötigt es eine Grundlage im Gesetz und dementsprechend eine Ergänzung von Art. 157 des Baugesetzes. Es erscheint sinnvoll, die Gebühr grundsätzlich in Abhängigkeit von Grösse und Beleuchtung zu definieren. Ebenfalls soll die Möglichkeit bestehen, die Gebühren je nach Reklameanlage und für Eigen- und Fremdwerbung unterschiedlich auszugestalten. Die Minimalgebühr soll Fr. 300.– und die Maximalgebühr Fr. 2'400.– betragen. Die Minimalgebühr entspricht derjenigen des Gebührentarifs zum Baugesetz (DRB 30.1). Bei der Maximalgebühr steht die Überlegung dahinter, dass pro Quadratmeter unbeleuchtete Werbung in der Regel Fr. 40.– verlangt werden soll. Die Gebühr von Fr. 2'400.– würde für eine Werbung mit 60m² verlangt. Anzeigen in dieser Dimension sind in Davos eine Ausnahme. Einzig während dem WEF gibt es Megaposter bis 100m². Eine Obergrenze der Gebühr ist aufgrund des Kostendeckungsprinzips jedoch angezeigt, denn der Aufwand für die Verwaltung steigt nicht proportional mit jedem zusätzlichen Quadratmeter. Die genaue Festlegung der einzelnen Gebühren wird dann im Gebührentarif zum Baugesetz detailliert zu regeln sein.

Gemeinde Davos

Kanzlei



Tarzsius Caviezel
Landammann



Michael Straub
Landschreiber

vierfach

Beilage/n

- Nachtrag XIII zum Baugesetz
- Verordnung über das Reklamewesen (zur Information)



Amt für Raumentwicklung Graubünden
Uffizi per il svilup dal territori dal chantun Grischun
Ufficio per lo sviluppo del territorio dei Grigioni

Telefon +41 (0)81 257 23 23, Telefax +41 (0)81 257 21 42, Internet: www.are.gr.ch, E-Mail: info@are.gr.ch

Amt für Raumentwicklung GR, Grabenstrasse 1, 7001 Chur

A-Post

Kleiner Landrat der Gemeinde Davos
Rathaus
Berglistutz 1
7270 Davos Platz 1

Chur, 16. Januar 2017

OP 2016/0550

**Gemeinde Davos
Teilrevision der Ortsplanung
Nachtrag XIII zum Baugesetz: Reklamen und Reklameanlagen
Vorprüfung**

Sehr geehrter Herr Landammann
Sehr geehrte Damen und Herren

Mit Schreiben vom 2. November 2016 haben Sie uns die folgenden Unterlagen zur Vor-
nahme des kantonalen Vorprüfungsverfahrens im Sinne von Art. 12 der Raumplanungs-
verordnung für den Kanton Graubünden (KRVO) zugesandt:

- Entwurf des Nachtrages XIII zum Baugesetz betreffend Reklamen und Reklameanlagen
- Entwurf der Verordnung über das Reklamewesen
- Planungsbericht vom 2. November 2016 zur Neuregelung des Reklamewesens im Bau-
gesetz

Mit dem vorliegenden Vorprüfungsbericht wird das Vorprüfungsverfahren aus Sicht des Kan-
tons als abgeschlossen betrachtet.

Inhalt des zur Vorprüfung eingereichten Nachtrags XIII zum Baugesetz bilden neue gesetz-
liche Regelungen (Art. 30a bis Art. 30h sowie Art. 157 Abs. 3), mit welchen der rechtskräftige
Art. 30 des Davoser Baugesetzes über Reklamen und Hinweistafeln konkretisiert wird. Diese
neuen baugesetzlichen Bestimmungen setzen sich im Einzelnen mit der Bewilligungs-
beziehungsweise der Meldepflicht für Werbeanlagen, der Gestaltung, der Anzahl sowie der
speziellen Effekte von solchen Installationen, dem Verbot von diskriminierenden, unwürdigen

und unsittlichen Inhalten, der Unterscheidung zwischen Eigen- und Fremdwerbung, den Ausnahmemöglichkeiten für Veranstaltungen sowie der Grundlage für einen separaten Gebührenentarif auseinander. Um über durchsetzbare, aber doch entwicklungsfähige Bestimmungen zu verfügen, sollen nur die wichtigsten Regelungen auf gesetzlicher Stufe erlassen werden. Die Detailbestimmungen sollen hingegen in einer Verordnung über das Reklamewesen durch den Kleinen Landrat der Gemeinde Davos erlassen werden.

Auslöser für diese Gesetzgebungsergänzung bildet ein Postulat von Mitgliedern des Grossen Landrates vom 13. März 2014, welchem der Grosse Landrat auf Antrag des Kleinen Landrates am 25. September 2014 einstimmig zugestimmt hat.

Mit den neuen Bestimmungen zum Reklamewesen wird einerseits das Ziel verfolgt, dass eine ausreichend konkretisierte Rechtsgrundlage in Bezug auf den Umgang und die Bewilligung mit respektive von Reklamen und Reklameanlagen geschaffen wird. Andererseits soll das generelle und ausnahmslose Verbot von Fremdwerbung ausserhalb der im Plakatierungskonzept ausgewiesenen Standorte durch eine differenziertere Regelung ersetzt werden. Wie bisher soll Fremdwerbung auf privatem Grund nur an den in einem speziellen Plan ausgewiesenen Standorten zugelassen werden. Neu sollen hingegen interessierte Personen in diesen Plan Einsicht nehmen und bei der Baubehörde die Aufnahme zusätzlicher Standorte beantragen können, welche bewilligt werden, wenn nachgewiesen werden kann, dass die baugesetzlichen Vorschriften über das Reklamewesen sowie die Bestimmungen der dazugehörenden Verordnung eingehalten werden.

Die folgenden kantonalen Amtsstellen erhielten im Rahmen einer verwaltungsinternen Vernehmlassung Gelegenheit, zu den eingereichten Unterlagen Stellung zu nehmen:

- Departement für Volkswirtschaft und Soziales (DVS)
- Amt für Natur und Umwelt (ANU)
- Denkmalpflege
- Kantonspolizei (KAPO), Abteilung "Verkehrspolizei"
- Tiefbauamt (TBA)

Basierend auf die eingegangenen Stellungnahmen der einbezogenen kantonalen Amtsstellen sowie basierend auf unsere eigene Beurteilung ergeben sich zur Vorlage die folgenden Ausführungen:

- In formeller Hinsicht machen wir darauf aufmerksam, dass die Verweise in Art. 5 Abs. 1, in Art. 6 und in Art. 14 Abs. 1 des Entwurfs der Verordnung über das Reklamewesen fehlerhaft sind. In Art. 5 Abs. 1 der Verordnung müsste auf Art. 6 (statt Art. 5) und Art. 22 f. (statt Art. 21 f.) verwiesen werden, in Art. 6 und Art. 14 Abs. 1 der Verordnung auf Art. 22 f (statt Art. 21 f.).
- Laut Art. 24 der Strassenverordnung des Kantons Graubünden (StrV) sind Reklamen im Bereich von Kantonsstrassen in jedem Fall bewilligungspflichtig, wobei für die Erteilung dieser Spezialgesetzgebungsbewilligung das kantonale TBA zuständig ist. Lediglich die Bewilligung von Betriebs- und Hotelwegweisern sowie von touristischen Signalisationen fällt in die Zuständigkeit der KAPO (vgl. Art. 24 Abs. 4 StrV). Im neuen Art. 30a des Davoser Baugesetzes soll auf die Bewilligungspflicht nach Art. 24 StrV hingewiesen werden, was eine entsprechende Ergänzung erforderlich macht. Gegebenenfalls könnte eine Fussnote angebracht werden.
- Schliesslich bleibt noch festzuhalten, dass sich die Kantonspolizei bei der Beurteilung von Reklameanlagen an die Bestimmungen von Art. 95 ff. der eidgenössischen Signalisationsverordnung (SSV) sowie an Art. 24 StrV halten wird. Bei Fragen betreffend Standort respektive betreffend Verkehrssicherheit ist mit der Abteilung „Verkehrspolizei“ der KAPO frühzeitig Kontakt aufzunehmen. Nötigenfalls wird ein Augenschein vor Ort vorgenommen.

Im Übrigen ergeben sich zum Nachtrag XIII des Baugesetzes betreffend die Thematik „Reklamen und Reklameanlagen“ keine weiteren Bemerkungen. Aus unserer Sicht handelt es sich um eine zweckmässige, sorgfältig ausgearbeitete und ausgewogene Vorlage, welche die nötige Klarheit in Bezug auf den Umgang und die Bewilligung mit respektive von Reklamen und Reklameanlagen schaffen sollte.

Nachdem die vorerwähnten kleinen Ergänzungen und Korrekturen angebracht worden sind, steht aus unserer Sicht nichts dagegen, das Nutzungsplanungsverfahren gestützt auf Art. 47 Abs. 3 und Art. 48 des Raumplanungsgesetzes für den Kanton Graubünden (KRG) in Verbindung mit Art. 13 und Art. 14 KRVO weiterzuführen.

Wir wünschen Ihnen, dass die hiermit vorgeprüfte Ergänzung des Davoser Baugesetzes erfolgreich zu einem guten Ende geführt werden kann. Für Fragen zu diesem Bericht sowie für weitergehende oder anderweitige Planungsfragen stehen wir Ihnen selbstverständlich zur Verfügung.

Wir danken Ihnen für die angenehme Zusammenarbeit und grüssen Sie freundlich.

Abteilung Nutzungsplanung



Markus Peng, Kreisplaner

Beilagen (in zwei Exemplaren):

- Entwurf des Nachtrages XIII zum Baugesetz betreffend Reklamen und Reklameanlagen
- Entwurf der Verordnung über das Reklamewesen
- Planungsbericht vom 2. November 2016 zur Neuregelung des Reklamewesens im Baugesetz

Kopie (via e-mail; ohne Beilagen):

- Departement für Volkswirtschaft und Soziales
- Amt für Natur und Umwelt
- Denkmalpflege
- Kantonspolizei, Abteilung „Verkehrspolizei“
- Tiefbauamt