

# Reglement über die Reklamen in der Stadt Biel (Reklamereglement / RR)

Fassung für die zweite öffentliche Auflage

Änderungen gegenüber der ersten öffentlichen Auflage sind rot markiert.

27.06.2022

SGR 7.2.1-5

*Die Einwohnergemeinde Biel,*  
gestützt auf Art. 6 Abs. 4 der Verfassung des Kantons Bern vom 06. Juni 1993<sup>1</sup>, Art. 51 des kantonalen Sonderstatusgesetzes vom 13. September 2004<sup>2</sup> und Art. 9 Abs. 3 des kantonalen Baugesetzes vom 9. Juni 1985<sup>3</sup> *beschliesst:*

## Kapitel 1: Allgemeine Bestimmungen

### Art. 1 - Zweck und Geltungsbereich

<sup>1</sup> Dieses Reglement ordnet zusammen mit dem Plakatierungsplan das Anbringen von Reklamen auf dem Gemeindegebiet.

<sup>2</sup> Dieses Reglement und der Plakatierungsplan bezwecken den Schutz der Landschaft und des Ortsbildes. Sie stellen zudem sicher, dass durch das Anbringen von Reklamen die Lebensqualität nicht beeinträchtigt und kein Gefahrenzustand geschaffen wird.

<sup>3</sup> Dieses Reglement und der Plakatierungsplan finden auf alle **baubewilligungspflichtigen** Reklamen auf dem Gemeindegebiet Anwendung, unabhängig von deren Form, Standort, Funktion oder Dauer. Das kantonale Dekret über das Baubewilligungsverfahren (BeWD)<sup>4</sup> regelt, welche Reklamen nicht baubewilligungspflichtig sind.

### Art. 2 - Übergeordnetes Recht

Übergeordnetes Recht des Bundes und des Kantons geht, namentlich bezüglich der Bewilligungspflichten diesem Reglement vor.

---

<sup>1</sup> KV; BSG 101.1

<sup>2</sup> SStG; BSG 102.1

<sup>3</sup> BauG, BSG 721.0

<sup>4</sup> BeWD; BSG 725.1

## SGR 7.2.1-5

### Art. 3 - Begriffe

<sup>1</sup> Als Reklamen im Sinne dieses Reglements gelten alle grafischen, plastischen, leuchtenden, beleuchteten, akustischen, olfaktorischen oder anderen Einrichtungen, die vom öffentlichen Grund aus wahrnehmbar sind und die der Werbung, der Förderung kultureller oder sportlicher Aktivitäten oder der Prävention und Erziehung dienen. Sie umfassen insbesondere die nachgenannten Reklamen.

<sup>2</sup> Firmenanschriften weisen auf ein Unternehmen hin und sind am Gebäude angebracht, in welchem die Firma ihre Geschäftstätigkeit ausübt, oder in dessen unmittelbarer Nähe. Sie bestehen aus dem Firmennamen und gegebenenfalls einem Firmensignet.

<sup>3</sup> Eigenreklamen im Sinne dieses Reglements werben für Produkte, Dienstleistungen und dergleichen, die mit dem Standort der Reklame in einem engen räumlichen Zusammenhang stehen, aber nicht als Firmenanschriften nach Abs. 2 gelten.

<sup>4</sup> Fremdreklamen im Sinne dieses Reglements werben insbesondere für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen usw., die mit dem Standort der Reklame in keinem örtlichen Zusammenhang stehen.

<sup>5</sup> Als leuchtende ~~Fremd~~Reklamen gelten digitale Reklamen sowie Leuchtplakate und weitere ~~Fremd~~Reklamen, die von innen oder hinten beleuchtet sind. Sie können fix oder rotierend sein. Digitale Reklamen sind ~~Fremdreklamen mit einem digitalen, leuchtenden~~ Bildschirme und dergleichen, über welche Reklamen digital vermittelt werden.

### Art. 4 – Ästhetik Gestaltung und Eingliederung

<sup>1</sup> Reklamen dürfen das Orts- und Landschaftsbild sowie Strassenbild nicht beeinträchtigen und müssen sich hinsichtlich Grösse, Ausführung, Dichte und Anzahl gut in die bestehende Umgebung eingliedern. Sie dürfen weder den besonderen Charakter einer Liegenschaft verändern noch zu einem dominierenden Akzent der näheren Umgebung werden. Dabei ist die Gesamtwirkung aller Reklamen in der Umgebung zu berücksichtigen.

<sup>2</sup> In besonderem Masse ist Rücksicht zu nehmen auf Fluss-, Bach- und Seeufer, auf geschützte Landschaften, Ortsbilder, Bauten und Anlagen sowie auf die für die Landschaft oder Siedlung charakteristischen Baumbestände oder Grünräume.

<sup>3</sup> Um die gute Eingliederung einer oder mehrerer Reklamen in die nähere Umgebung zu beurteilen, kann die zuständige Behörde ein umfassendes-Reklamekonzept für einen erweiterten Perimeter verlangen.

### Art. 5 - Zweisprachigkeit

Alle Reklamen müssen, gestützt auf die in der kantonalen Verfassung<sup>5</sup> verankerten und in der Stadt Biel geltenden Prinzipien zur Zweisprachigkeit, in den beiden offiziellen Amtssprachen konzipiert werden.

---

<sup>5</sup> KV; BSG 101.1

## **SGR 7.2.1-5**

### **Art. 6 - Lebensqualität, Umwelt**

- <sup>1</sup> Reklamen dürfen keine übermässigen Immissionen (insbesondere Blendwirkungen, Reflexionen, intensive Gerüche und Lärm, Ablenkungen usw.) verursachen.
- <sup>2</sup> In Gebieten mit überwiegender Wohnnutzung ist auf die wohnhygienischen Bedürfnisse der Bewohnerinnen und Bewohner besonders Rücksicht zu nehmen.
- <sup>3</sup> Für leuchtende und beleuchtete Reklamen sowie digitale Reklamen kann die Bewilligungsbehörde, insbesondere zum Schutz der Wohnbevölkerung und der natürlichen Umwelt, die Beleuchtungszeiten, -stärken und Bildwechselrate einschränken. Dies gilt auch für Reklamen in Schaufenstern, die vom öffentlichen Verkehrsraum her wahrnehmbar sind.
- <sup>4</sup> Reklamen, deren Botschaften gegen das Gesetz, Sitte und Anstand oder gegen die öffentliche Ordnung verstossen, wie beispielsweise gewalttätige oder diskriminierende Bilder und Texte im Sinne von Art. 8 der Bundesverfassung<sup>6</sup> sind verboten.

### **Art. 7 - Verkehrssicherheit**

Reklamen dürfen keinen Gefahrenzustand schaffen und insbesondere die Verkehrssicherheit nicht beeinträchtigen. Die eidgenössischen und kantonalen Vorschriften über den Strassenverkehr bleiben vorbehalten.

### **Art. 8 - Unterhaltspflicht**

Reklamen sind von den Bewilligungsnehmenden ordnungsgemäss zu unterhalten. Allfällige Schäden sind unverzüglich zu beheben. Wird die Unterhaltspflicht nicht erfüllt, trifft die zuständige Behörde die erforderlichen Massnahmen auf Kosten des oder der Bewilligungsnehmenden.

## **Kapitel 2: Firmenanschriften und Eigenreklamen**

### **Art. 9 - Träger und Anordnung**

- <sup>1</sup> Für jede Firma ist nur eine Firmenanschrift pro Fassade des Gebäudes zulässig. Weitere Firmenanschriften oder Eigenreklamen können gestützt auf ein Reklamekonzept für die Fassadengestaltung bewilligt werden. Das Konzept muss von der zuständigen Behörde bewilligt werden. Es zeigt auf, wie die Anschriften und Reklamen unter Berücksichtigung der Grundsätze von Art. 4 dieses Reglements sowie der Interessen allfälliger weiterer Liegenschaftsbesitzerinnen und -besitzer optimal angeordnet werden.
- <sup>2</sup> Haben mehrere Firmen ihren Sitz in demselben Gebäude, ist der Bewilligungsbehörde mit dem ersten Gesuch ein Reklamekonzept gemäss Abs. 1 vorzulegen.

---

<sup>6</sup> BV; SR 101

## SGR 7.2.1-5

### Art. 10 - Besondere Bestimmungen

- <sup>1</sup> Eigenreklamen sind auf Dächern, vorbehältlich Absatz 2, im gesamten **GemeindeStadt**gebiet und an Fassaden in den besonderen Gestaltungsperimetern gemäss Baureglement der Stadt Biel<sup>7</sup> verboten.
- <sup>2</sup> Firmenanschriften auf Dächern sind nur in der Arbeitszone im Sinne des Baureglements der Stadt Biel<sup>8</sup> zulässig.
- <sup>3</sup> Bei Firmenanschriften und Eigenreklamen an Fenstern und Schaufenstern ist ein ausgewogenes Verhältnis zwischen freier und abgedeckter Fläche zu gewährleisten. Fenster und Schaufenster dürfen sowohl innen als auch aussen nur bis maximal 30 % abgedeckt werden.
- <sup>4</sup> Pro Geschäftsstandort sind maximal drei Fahnen und eine Stele, die für dort angesiedelte Firmen werben, zulässig.

### **Art. 11 -- Ausnahmen**

- <sup>5</sup> Wenn ein Reklamekonzept vorliegt, welches die Integration in die Umgebung oder in das bebaute Umfeld gemäss den Prinzipien dieses Reglements sicherstellt, so **kann von können in den Mischzonen B Ausnahmen zu den Bestimmungen in Art. 10 Abs. 2 bis und 4 und in den Arbeitszonen zu den in Art. 10 Abs. 4 festgelegten Grundsätzen bewilligt** abgewichen werden.

### **Art. 1142 - Leuchtende und beleuchtete Firmenanschriften sowie Eigenreklamen**

- <sup>1</sup> Leuchtende Firmenanschriften sind nur in Form von Einzelbuchstaben**schriften** zulässig.
- <sup>2</sup> Firmenanschriften in Form von Leuchtkästen können nur in Geschäftsgebieten<sup>9</sup> und dort nur unter den Markisen bewilligt werden.
- <sup>3</sup> Eigenreklamen dürfen nicht leuchten und nicht beleuchtet werden. **Davon ausgenommen sind Bildschirme und dergleichen in Schaufenstern. Deren Grösse muss in einem angemessenen Verhältnis zu Schaufenstern und Fassade stehen.**

---

<sup>7</sup> SGR 7.2.1-1

<sup>8</sup> SGR 7.2.1-1

<sup>9</sup> Unter Geschäftsgebieten im Sinne dieses Reglements werden diejenigen nach Art. 20 Abs. 3 BauG verstanden, d.h. die als solche bezeichneten Gebiete sowie bestehende Orts- und Quartierzentren soweit sie bereits überwiegend mit Dienstleistungsbetrieben belegt sind (z.B. Bahnhofquartier, Zentralplatz u.a.).

## SGR 7.2.1-5

### Kapitel 3: Fremdreklamen

#### Art. 1243 - Träger und Anordnung

<sup>1</sup> Fremdreklamen sind ~~im~~ Prinzip nur auf den nachfolgenden Plakatträgern zulässig:

- Plakatanschlagstellen <sup>10</sup>
- Cityplan-Anlagen<sup>11</sup>
- Träger für digitale Reklame<sup>12</sup>
- ~~Kultursäulen-Träger für freie Plakatierung~~<sup>13</sup>
- Stadtmobiliar<sup>14</sup>

<sup>2</sup> Für die Anordnung gelten die Grundsätze von Art. ~~4413~~ und des entsprechenden Plakatierungsplans.

#### Art. 1314 - Grundsätze für Fremdreklamen

<sup>1</sup> Der Plakatierungsplan regelt das Aufstellen von Fremdreklamen. Er trägt den massgebenden öffentlichen und privaten Interessen wie namentlich der Verkehrssicherheit, ~~dem Ortsbild der Ästhetik~~, der Umwelt und der Wirtschaftsfreiheit Rechnung.

<sup>2</sup> Fremdreklamen sind grundsätzlich nur auf den im Plakatierungsplan festgelegten Plätzen und entlang der darin bezeichneten Strassenzüge zulässig. Als zulässiger Plakatierungsraum gilt der Strassenraum, der den öffentlichen Verkehrsraum sowie den Vorgartenbereich gemäss dem Baulinienplan der Stadt Biel<sup>15</sup> umfasst.

<sup>3</sup> Es wird ein einheitliches Erscheinungsbild der Plakatformate angestrebt.

<sup>4</sup> Überdies gelten für Fremdreklamen folgende Einschränkungen:

a) In der Altstadt sind keine Fremdreklamen gestattet, ~~ausser für einzelne Träger für freie Plakatierung gemäss Art. 46 15 Abs. 4.~~

b) An Fassaden oder auf Dächern sind Fremdreklamen verboten. Bei an den Bahnhofplatz angrenzenden Fassaden oder Dächern gemäss Plakatierungsplan sind auf der Basis eines Reklamekonzepts der betroffenen Fassade, welches die Integration und Ästhetik sicherstellt, Ausnahmen möglich.

#### Art. 1415 - Besondere Bestimmungen

<sup>1</sup> Für das Herumtragen von Plakaten oder Werbetafeln durch Personen und das Anbringen von temporären Reklamen auf öffentlichem Grund gilt das Ortspolizeireglement der Stadt Biel<sup>16</sup>.

---

<sup>10</sup> Plakatanschlagstellen: Träger, welcher es erlaubt, Plakate in den in Art. 15 bezeichneten Formaten anzubringen

<sup>11</sup> Cityplan-Anlagen: Tafeln mit einem Stadtplan auf der einen, kommerzieller Werbung auf der anderen Seite.

<sup>12</sup> Träger für digitale Reklame: Träger, welcher es erlaubt, digitale Reklame gemäss Art. 19 anzuzeigen.

<sup>13</sup> ~~Träger für freie Plakatierung: Kultursäulen und dergleichen~~, die mit Werbung für kulturelle ~~und andere gesellschaftliche~~ Aktivitäten ~~bestückt~~ werden können.

<sup>14</sup> Als Stadtmobiliar gelten hier nur Bushaltestellen, Telefonkabinen und Elektrizitätskasten.

<sup>15</sup> Baulinienreglement (SGR 7.2.1-1.2)

<sup>16</sup> SGR 5.5-1

## SGR 7.2.1-5

<sup>2</sup> Für die politische Plakatierung gilt die Verordnung über städtischen Abstimmungen und Wahlen<sup>17</sup>.

### Art. 1546 - Plakatierungsplan

<sup>1</sup> Der Plakatierungsplan ist massgebend für die Prüfung der Baugesuche für Fremdreklamen. Er leitet die zuständige Behörde bei der Anwendung der nachfolgenden Bestimmungen im Hinblick auf eine einheitliche und konsequente Beurteilung der Gesuche.

<sup>2</sup> Der Plakatierungsplan definiert drei Kategorien von Strassenzügen sowie Plätze. Auf diesen sind folgende Plakatformate zulässig.

Kategorie	F4	F200	F12	F24	GF
1	x	x	x	x*	x*
2	x	x	x**		
3	x	x**			
Plätze	x	x			

\* nur angrenzend an Arbeitszonen gemäss Art. 9 Baureglement der Stadt Biel<sup>18</sup>

\*\*nicht in den als «sensibel» bezeichneten Strassenabschnitten

<sup>3</sup> Ausserhalb der im Plakatierungsplan bezeichneten Strassenzüge können bewilligt werden:

- Plakatträger an Bushaltstellen (Maximalformat F200) und im Bereich von Tankstellen (Maximalformat F12) und
- fallweise unter Berücksichtigung ihres Formats und des projektierten Standorts an Baugerüsten provisorisch angebrachte Plakate (Sicherheitsnetze).

<sup>4</sup> Cityplan-Anlagen mit kommerzieller Werbung auf einer Rückseite sowie **KultursäulenTräger für freie Plakatierung** können basierend auf einem Reklamekonzept auch ausserhalb der im Plakatierungsplan bezeichneten Strassenzüge auf öffentlichem Grund bewilligt werden. Bei der Positionierung ist auf eine gute Integration in den stadträumlichen Kontext, eine angemessene Dichte und Gesamtwirkung mit der restlichen Plakatierung zu achten.

### Art. 1647 - Zulässige Dichte

<sup>1</sup> Die zulässige Dichte von Plakatstellen wird durch die im Plakatierungsplan bezeichneten Kategorien von Strassenzügen und Plätze bestimmt.

<sup>2</sup> Als Plakatstelle wird der Standort eines bis maximal zweier in einem klaren räumlichen Zusammenhang stehenden Plakatträger vom gleichen Format verstanden.

<sup>3</sup> Anhand einer situativen Beurteilung der Integration der Reklamen in ihre Umgebung können in Ausnahmefällen zusätzliche Plakatträger pro Plakatstelle bewilligt werden.

<sup>4</sup> Pro zusammenhängenden Strassenzug der gleichen Kategorie, respektive pro Platz sind die folgenden Dichten von Plakatstellen zulässig:

<sup>17</sup> SGR 1.4-1.1

<sup>18</sup> SGR 7.2.1-1

**SGR 7.2.1-5**

Kategorie	Dichte generell	Dichte in sensiblen Abschnitten
1	1 Stelle pro 100 m	---
2	1 Stelle pro 200 m	1 Stelle pro 400 m
3	1 Stelle pro 100 m	1 Stelle pro 200 m
Plätze	1 Stelle pro Platz	

<sup>5</sup> Auf Plätzen kann die in Abs. 4 festgelegte maximale Anzahl Plakatstellen auf der Basis eines den gesamten Platz umfassenden Plakatierungskonzeptes überschritten werden.

**Art. 1817 – Leuchtende Fremdreklamen**

<sup>1</sup> Der Standort von leuchtenden Fremdreklamen (Leuchtplakate, **Bildschirme** und **dergleichen digitale Reklamen**) wird aufgrund ihrer Wirkung auf das städtische Umfeld beurteilt, insbesondere gemäss den Bestimmungen der Art. 4, 6 und 7. Er hält ausserdem die in Art. 18 und 19 ~~und 20~~ festgelegten Grundsätze ein.

~~<sup>2</sup> Für eine gute Eingliederung in den stadträumlichen Kontext wird ein einheitliches Erscheinungsbild der leuchtenden Fremdreklamen angestrebt.~~

**Art. 1918 – Leuchtplakate**

<sup>1</sup> Leuchtplakate sind nur auf Strassenzügen der Kategorien 1 und 3 sowie auf Plätzen zulässig, unter Einhaltung der zulässigen Plakatformate und Dichte gemäss Art. 1615 und Art. 1716.

<sup>2</sup> Auf der Basis einer durch den Gesuchsteller oder die Gesuchstellerin zu präsentierenden Analyse, welche aufzeigt, dass sich die Reklame gut in ihre Umgebung eingliedert, können Leuchtplakate ausserdem auch an Bushaltestellen (maximal Format F200) und im Bereich von Tankstellen (maximal Format F12) aufgestellt werden.

**Art. 2019 – Digitale Reklamen**

<sup>1</sup> Digitale Reklamen sind nur auf Strassenzügen der Kategorie 3 sowie auf Plätzen gemäss Art. 1615 zulässig, unter Einhaltung der Dichte für «sensible» Abschnitte gemäss Art. 1716. Pro Standort ist nur eine digitale Reklame mit Vor- und Rückseite gestattet.

<sup>2</sup> Auf der Basis einer durch den Gesuchsteller oder die Gesuchstellerin zu präsentierenden Analyse, welche aufzeigt, dass sich die Reklame gut in ihre Umgebung eingliedert, können digitale Reklamen an Fassaden bei Tankstellen aufgestellt werden (maximal F12).

<sup>3</sup> Das Format der digitalen Reklame muss grundsätzlich demjenigen der in Art. 1615 Abs. 2 genannten Formate entsprechen. Neue Formate digitaler Reklamen werden gestützt auf ein durch den Gesuchsteller oder die Gesuchstellerin zu präsentierendes, grossräumiges Reklamekonzept beurteilt. Die höchstzulässige Dimension für digitale Reklame (Träger inklusive Bildschirm) muss den Dimensionen des Plakatformats F200 entsprechen.

**Art. 2420- Vergabe der Plakatierung auf öffentlichem Grund an Private**

Der Gemeinderat kann mit der Plakatierung auf öffentlichem Grund eine oder mehrere private Unternehmungen beauftragen.

## SGR 7.2.1-5

**Kapitel 4: Widerhandlungen, Verfahren und Schlussbestimmungen****Art. 2221 - Baupolizei**

<sup>1</sup> Rechtmässig erstellte Reklamen, die den Bestimmungen dieses Reglements oder dem gestützt darauf erlassenen Plakatierungsplan widersprechen, **unterliegen der Besitzstandsgarantie gemäss Art. 3 des kantonalen Baugesetzes dürfen nur unterhalten werden.**

<sup>2</sup> Die Voraussetzungen sowie das Verfahren zur Wiederherstellung des rechtmässigen Zustandes richten sich nach dem kantonalen Baugesetz<sup>19</sup>.

<sup>3</sup> Stellen rechtswidrig erstellte Reklamen eine potenzielle Gefahr dar, die ein sofortiges Einschreiten verlangt, kann jedes (kantonale oder städtische) Polizeiorgan ihre sofortige Entfernung (vorzeitige Ersatzvornahme) veranlassen. Das Gleiche gilt, wenn eine Reklame eine gewalttätige oder diskriminierende Botschaft im Sinne von Art. 6 Abs. 4 dieses Reglements vermittelt oder auf andere Weise die öffentliche Ordnung massgeblich beeinträchtigt.

**Art. 2322 - Gebühren**

<sup>1</sup> Die Bearbeitung eines Baugesuches für eine Reklame, dessen Abweisung beziehungsweise Bewilligung, sowie der Erlass von Verfügungen betreffend Reklamen (baupolizeiliche Verfügungen) ~~ist~~ **sind** gebührenpflichtig.

<sup>2</sup> Die Tarife richten sich nach dem Gebührenreglement<sup>20</sup>.

**Art. 2423 - Strafbestimmungen**

Das rechtswidrige Aufstellen oder Anbringen von Reklamen ist gestützt auf die strafrechtlichen Bestimmungen des kantonalen Baugesetzes<sup>21</sup> strafbar.

**~~Art. 25 - Ausführungsbestimmungen~~**

~~Der Gemeinderat erlässt die für den Vollzug dieses Reglements erforderlichen Ausführungsbestimmungen.~~

**Art. 2624 - Aufhebung bisheriger Erlasse**

Mit dem Inkrafttreten dieses Reglements werden das Reglement über die Reklame in der Stadt Biel vom 3. März 2002, die Verordnung über die Reklamen in der Stadt Biel vom 21. Juni 2002, die Richtlinien zum Reklamereglement und zu den Plakatierungsplänen vom 8. Juli 2002 sowie den Plakatierungsplänen aufgehoben.

**Art. 2725 - Inkrafttreten**

Dieses Reglement und der Plakatierungsplan treten am Tag nach der Publikation ihrer Genehmigung durch das Amt für Gemeinden und Raumordnung des Kantons Bern (AGR) in Kraft.

---

<sup>19</sup> BSG 721.0

<sup>20</sup> SGR 6.7-1

<sup>21</sup> BSG 721.0

**SGR 7.2.1-5****Genehmigungsvermerke**

Öffentliche Mitwirkung **20.07.–31.08.2016**

Vorprüfung vom **04.07.2019 und 22.09.2020**

Publikation im Amtsanzeiger vom **06.04.2021 und 13.04.2021**

Öffentliche Planaufgabe vom **06.04.2021** bis **05.05.2021**

Eingereichte Einsprachen **3** Rechtsverwahrungen -

Einspracheverhandlungen **13.07.2021**

Unerledigte Einsprachen **3** Erledigte Einsprachen -

Rechtsverwahrungen -

**Beschlüsse**

Durch den Gemeinderat am -

Durch den Stadtrat am -

Durch die Gemeindeabstimmung vom -

Abstimmungsergebnis - ja - nein

Referendum -

Die Richtigkeit dieser Angaben bescheinigt

**Namens des Gemeinderates**

Der Stadtpräsident

Die Stadtschreiberin

Erich Fehr

Barbara Labbé

**Genehmigt durch das Amt für Gemeinden und Raumordnung**