

## Richtlinien über das Reklamewesen und die Möblierung im Aussenbereich in der Brugger Altstadt

### I. Geltungsbereich, Begriffe

#### Art. 1

Geltungsbereich Die Richtlinien gelten für alle Reklameeinrichtungen und kommerziell genutzten Aussenmöblierungen auf dem Gebiet der Brugger Altstadt und der Vorstadt (Altstadtzone gemäss Bauzonenplan BNO).

#### Art. 2

Begriffe

- 1) Reklamen sind alle durch Schrift, Form, Farbe, Ton, Ausleuchtung oder andere Mittel der Werbung dienende Vorkehrungen und Einrichtungen.
- 2) Reklamen können Firmenanschriften (Firmenname mit Branchenhinweis und gegebenenfalls dem Firmensignet), Eigenreklamen (Werbung für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen usw., die mit dem Standort in einem örtlichen Zusammenhang stehen) oder Fremdreklamen (Werbung für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen usw., die mit dem Standort in keinem örtlichen Zusammenhang stehen) sein.

### II. Bewilligungspflicht

#### Art. 3

Grundsatz

- 1) Das Anbringen von Reklamen, ihre Versetzung, Änderung hinsichtlich Format, Farbe, Schrift oder Art bedarf gemäss § 59 BauG und § 13 Abs. 2 lit. a BNO einer Bewilligung des Stadtrates.
- 2) Lichtreklamen wie Neonschriftzüge, Neonsignete und Lichteffekte sind auch hinter Fenstern bewilligungspflichtig, sofern sie in den Aussenbereich wirken.
- 3) Bewilligungspflichtig sind insbesondere auch Baureklamen, Figuren, sowie Storen, Fahnen und Flaggen, wenn sie Reklameaufschriften oder -bilder aufweisen oder Reklamezwecken dienen.
- 4) Aussenmöblierungen für kommerzielle Nutzungen sind bewilligungspflichtig.

#### Art. 4

Keine  
Bewilligungspflicht

Keiner Bewilligung bedürfen:

- a. kleine, unbeleuchtete Namens- und Firmenschilder, sofern sie auf

Liegenschaftsbenützer hinweisen, im Erdgeschoss angebracht werden, den öffentlichen Luftraum nicht beanspruchen und ein Flächenmass von 600 cm<sup>2</sup> nicht übersteigen.

b. nicht ausgeleuchtete Reklamebeschriftungen in Schaufenstern und Schaukästen.

c. kurzfristige, temporäre Reklamen, welche im Zusammenhang mit Festen oder anderen öffentlichen Anlässen stehen.

### **III. Gestaltung von Reklamen und Möblierung**

#### **Art. 5**

Stadtbild und  
Architektur

1) Reklamen dürfen das Stadt- und Landschaftsbild, den städtebaulichen, historischen und architektonischen Charakter der Strassen und der Plätze sowie die architektonische Gestaltung der Fassaden nur unwesentlich beeinträchtigen.

2) An Gebäuden müssen Reklamen so gehalten sein, dass die architektonische Wirkung der einzelnen Bauteile gewahrt und mit dem Gebäude und dessen Umgebung eine ästhetisch befriedigende Übereinstimmung in Charakter, Farbe, Form und Grösse erreicht wird. Insbesondere ist bezüglich Proportion, Anordnung und mit einer dezenten farblichen Gestaltung auf die Feinmassstäblichkeit und die Gliederung der Fassaden sowie auf den Standort in besonderem Masse Rücksicht zu nehmen.

3) Einzelne architektonische Bauteile wie Gurtgesimse, Fensterbänke, Fenstergitter, Risalite, Schlusssteine, Zierstücke, Brüstungsgeländer und dergleichen dürfen durch Reklameeinrichtungen nicht überdeckt oder beeinträchtigt werden.

4) Reklameanlagen dürfen in der Regel nur bis unterhalb der Fensterbank des 1. Obergeschosses angebracht werden.

#### **Art. 6**

Unzulässige  
Reklamen

Nicht gestattet sind insbesondere:

a. an Erkern, Balkonen und Vordächern angebrachte, vorspringende Reklameanlagen.

b. Reklameeinrichtungen aller Art an und hinter Fenstern über dem Erdgeschoss.

c. Fremdreklamen, ausgenommen in Schaufenstern.

d. sich bewegende Reklamen, ausgenommen in Schaufenstern.

e. akustische Reklamen und Installationen zur akustischen Berieselung im Aussenraum.

f. Reklamen auf oder über den Dächern.

g. blendende, grelle oder blinkende Lichtreklamen.

h. raucherzeugende Installationen.

i. Reklamen, die durch Form und Farbe zu Verwechslungen mit Verkehrssignalen oder Markierungen Anlass geben (Art. 6 SVG).

#### Art. 7

Anhäufung von  
Reklamen

- 1) Die Wiederholung und Anhäufung von Reklamen, die dem gleichen Zweck dienen, sind unzulässig.
- 2) Bei Gebäuden, in denen sich eine Vielzahl von Betrieben befindet, sind die Reklamen in geeigneter Form zusammenzufassen.

#### Art. 8

Fremdreklamen

Fremdreklamen sind nur auf bewilligten Plakatwänden und -säulen zulässig.

#### Art. 9

Reklamen an  
Fassaden

- 1) Auf Fassaden sind flach angebrachte Reklamen nur in Form von unbeleuchteten, indirekt beleuchteten oder selbstleuchtenden Firmen- oder Hausanschriften zulässig.
- 2) Quer zur Fassade hängende Firmen- oder Hausanschriften sind sorgfältig auf den Kontext abzustimmen. Sie dürfen nur indirekt beleuchtet sein und weisen eine maximale Ausladung von 100 cm auf.
- 3) Leuchtschriftkästen sind nicht zulässig.

#### Art. 10

Sonnenstoren,  
Markisen

- 1) Erlaubt sind in der Regel nur weisse oder gebrochen weisse Sonnenstoren und Markisen.
- 2) Nicht erlaubt sind feste, vorstehende Sonnenmarkisen oder Vordächer.
- 3) Auf Sonnenmarkisen, Vordächern und Sonnenstoren sind keine Reklamen erlaubt, ausgenommen Firmenanschriften auf beweglichen Sonnenstoren.

#### Art. 11

Möblierung der  
Vorbereiche

- 1) In den Vorzonen der Häuser sind keine festen Objekte, Reklamen, Möblierungen, Tafeln und dergleichen erlaubt. Ausnahmen bilden die nach übergeordnetem Konzept von der öffentlichen Hand erstellte Beschilderung und Möblierung.
- 2) Eine saisonale Aussenmöblierung bei Gaststätten ist ausdrücklich erwünscht. Anordnung und maximale Ausdehnung werden im Einzelfall von der Stadt festgelegt.
- 3) Jedes Geschäft darf ohne Bewilligung maximal drei mobile Ausseninstallationen aufstellen (z. B. Hinweistafel und Verkaufsauslage). Machart, Aussehen und Gestaltung müssen jedoch auf die Altstadt abgestimmt sein. Mobile Hinweistafeln oder Reklamen dürfen 120 cm in der Höhe nicht überschreiten. Dasselbe gilt in der Regel für Verkaufsauslagen.
- 4) In jedem Fall ist die freie Zirkulation im Fussgängerbereich zu gewährleisten.

- 5) Nicht erlaubt sind in der Vorzone der Häuser:
- a. Abschränkungen und Windschutzwände oder ähnliche raumdefinierende Einrichtungen, auch im Bereich der Aussenbestuhlungen.
  - b. zusätzliche private Beleuchtungen jeglicher Art.
  - c. permanente Beflaggungen zu Reklamezwecken.
  - d. mobile Sonnenschirme mit Fremdreklamen.

## **VII. Übergangs- und Schlussbestimmungen**

### Art. 12

Anpassung bestehender Anlagen

Bisher bewilligte Reklamen und Anlagen, welche den Bestimmungen dieses Reglementes widersprechen, sind im Zeitpunkt der nächsten erheblichen Veränderung des Betriebes oder des Gebäudes, an welchem sie angebracht sind, zu entfernen oder aufgrund einer neuen Bewilligung den neuen Vorschriften anzupassen.

### Art. 13

Inkrafttreten

Die vorliegenden Richtlinien treten ab sofort in Kraft.

Brugg, 01. Oktober 2003

**NAMENS DES STADTRATES**

Der Stadtammann:

Der Stadtschreiber: