Gemeinde
Köniz

722.1

Reklamereglement

23. September 2012
mit Änderungen bis 23. September 2018

Chronologie

Erlass

Beschluss der Stimmberechtigten vom 23. September 2012; genehmigt durch das Amt für Gemeinden und Raumordnung am 27. März 2013; Inkrafttreten am 1. Mai 2013 (siehe die Genehmigungsverfügung des AGR vom 27. März 2013 und GRB 745/12 vom 19. Dezember 2012, gestützt auf Art. 37 des Reglements)

Änderungen

Änderung vom 23. September 2018 (Art. 13, 31, 34, 36, Titel Anhang I) durch das Baureglement; Inkrafttreten am 1. September 2021 (siehe die Genehmigungsverfügung des AGR vom 18. Mai 2020 und GRB 2021/412 vom 7. Juli 2021 gestützt auf Art. 99 des Baureglements vom 23. September 2018)

Die Einwohnergemeinde Köniz beschliesst gestützt auf Artikel 9 Absatz 3 des kantonalen Baugesetzes vom 9. Juni 1985 (BauG)[1] und Artikel 100 der eidgenössischen Signalisationsverordnung vom 5. September 1979 (SSV)[2] sowie Artikel 32 Buchstabe b der Gemeindeordnung vom 16. Mai 2004 folgendes

Reklamereglement (RR)

I. Allgemeine Bestimmungen

Art. 1

Reklameordnung

1 Die Reklameordnung besteht aus dem Reklamereglement und dem Plakatierungsplan.

2 Sie ist Teil der baurechtlichen Grundordnung der Gemeinde.

Art. 2

Zweck und Geltungsbereich

1 Die Reklameordnung bezweckt eine gute Integration der Reklamen in das Ortsbild und die Landschaft. Zudem sollen das Ortsbild und die Landschaft vor einer störend grossen Anzahl Fremdreklamen geschützt werden.

2 Die Reklameordnung bezeichnet die zulässigen Arten, Ausgestaltungen und Standorte von Reklamen auf dem Gebiet der Einwohnergemeinde Köniz. Sie ergänzt das übergeordnete Recht und führt es aus.

3 Die Reklameordnung gilt für alle Reklamen auf öffentlichem und privatem Grund. Vorbehalten bleibt Absatz 4.

4 Auf folgende Gegenstände sind ausschliesslich Artikel 7 und Artikel 8 dieses Reglements anwendbar:

a) Reklamen sowie Plakatträger für Reklamen, die ausschliesslich die Verbesserung der Sicherheit im öffentlichen Raum bezwecken und Themen wie Unfallverhütung, Verkehrserziehung, Verkehrslenkung und dergleichen gewidmet sind;

b) reine Informationstafeln wie Wanderwegpläne, Veloroutenübersichten, Ortspläne, Willkommenstafeln der Gemeinde, Fussgängerleitsysteme und dergleichen sowie Gestaltungselemente von Strassen.

---

1 BSG 721.0
2 SR 741.21

Art. 3

Begriffe

1 Reklamen im Sinne dieses Reglements sind alle Einrichtungen, die direkt oder indirekt der Werbung dienen und ausserhalb von Gebäuden wirken.

2 Eigenreklamen stehen in einem unmittelbaren und engen räumlichen Zusammenhang zwischen ihrem Standort und dem Inhalt, für den sie werben.

3 Firmenanschriften sind Eigenreklamen, die aus dem Firmennamen, Branchenhinweis und gegebenenfalls einem Firmensignet bestehen.

4 Fremdreklamen stehen in keinem oder in keinem unmittelbaren und engen räumlichen Zusammenhang zwischen ihrem Standort und dem Inhalt, für den sie werben.

5 Plakatträger sind feste Einrichtungen zur Präsentation von Plakaten.

6 Leuchtreklamen sind selbstleuchtende, angeleuchtete oder sonst mit Licht oder mit Bildschirmen ausgestattete Reklamen sowie Beleuchtungen mit Werbecharakter.

7 Skybeamer sind starke Lichtquellen mit Werbecharakter, die in der Regel himmelwärts gerichtet sind.

Art. 4

Baubewilligungspflicht

1 Reklamen und Reklame-Einrichtungen wie Plakatträger, Anschlagestellen und dergleichen, bedürfen einer Baubewilligung, soweit sie nicht nach kantonalem Recht baubewilligungsfrei sind.

2 Das Auswechseln von Plakaten auf bereits bewilligten Plakatträgern ist baubewilligungsfrei.

Art. 5

Bewilligungen und Konzession für die Benützung des öffentlichen Grundes

1 Der Gemeinderat kann durch Beschluss regeln, dass Reklamen auf öffentlichem Grund der Gemeinde eine Bewilligung für gesteigerten Gemeingebrauch benötigen. Es können Gebühren erhoben werden.

2 Der Gemeinderat kann durch Beschluss regeln, in welchem Umfang und in welcher Art und Weise baubewilligungsfreie Wahlwerbung an Kandelabern von Gemeindestrassen zulässig ist.

3 Der Gemeinderat kann für die Plakatierung auf dem öffentlichen Grund der Gemeinde eine Sondernutzungskonzession gegen Gebühr an ein oder an mehrere private Unternehmen vergeben. Als Vergabekriterien beachtet der Gemeinderat auch das Einhalten fairer Arbeitsbedingungen (wie branchenübliche Löhne, Lohngleichheit Mann/Frau, Versicherungsschutz bei Krankheit).

4 Für die Erteilung der Konzession sind die Vorschriften über das öffentliche Beschaffungswesen sinngemäss anwendbar.

Art. 6

Ausnahmen

Ausnahmen von einzelnen Reklamevorschriften können gewährt werden, wenn besondere Verhältnisse es rechtfertigen und keine öffentlichen oder wesentlichen nachbarlichen Interessen beeinträchtigt werden. Vorbehalten bleibt Art. 28 BauG.[3]

II. Gemeinsame Bestimmungen für alle Arten von Reklamen

Art. 7

Grundsätzliches

1 Reklamen dürfen keinen Gefahrenzustand schaffen, insbesondere dürfen sie die Verkehrssicherheit nicht gefährden.

2 In Gebieten mit überwiegender Wohnnutzung ist auf die wohnhygienischen Bedürfnisse der Bewohnerinnen und Bewohner besonders Rücksicht zu nehmen.

3 Reklamen dürfen keine diskriminierenden oder gegen die guten Sitten verstossenden Inhalte aufweisen. Nicht erlaubt sind insbesondere rassistische, sexistische, Ekel erregende oder Gewalt verherrlichende Inhalte.

4 Reklamen für Tabak, Alkohol und Kleinkredite haben den übergeordneten Vorschriften des Bundes[4] und des Kantons[5] zu entsprechen.

5 Reklamen und Plakatträger sind ordnungsgemäss zu unterhalten. Allfällige Schäden sind unverzüglich zu beheben.

---

[3] Fassung gemäss Genehmigungsverfügung des AGR vom 27. März 2013.

[4] Art. 4 der Verordnung des EDI vom 23. November 2005 über alkoholische Getränke (SR 817.022.110); Art. 36 des Bundesgesetzes vom 23. März 2001 über den Konsumkredit (KKG, SR 221.214.1) sowie Art. 3 Bst. k und l des Bundesgesetzes vom 19. Dezember 1986 gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG, SR 241).

[5] Art. 15 des Gesetzes vom 4. November 1992 über Handel und Gewerbe (HGG, BSG 930.1).

Art. 8

Ortsbild- und Landschaftsschutz

1 Jede Reklame muss sich so in das Ortsbild und die Landschaft einordnen, dass sie zusammen mit dem Umfeld eine gute Gesamtwirkung ergibt.

2 Besonders zu berücksichtigen sind die am Ort vorhandenen typologischen Siedlungsstrukturen sowie die Fassadengestaltung. Dazu zählen etwa die Fassadenfluchten, die Sichtbeziehungen und die Aussenraumelemente, wie Mauern, Hecken, Böschungen, Beleuchtungseinrichtungen.

3 Reklamen müssen in ihrer Grösse, Ausführung und Häufigkeit in einem ausgewogenen Verhältnis zu ihrer Umgebung stehen. Dabei ist die Gesamtwirkung aller Reklamen in der Umgebung zu berücksichtigen.

4 Auf schützens- und erhaltenswerte Objekte gemäss Bauinventar und Schutzgebiete ist besonders Rücksicht zu nehmen.

Art. 9

Leuchtreklamen

a) Standorte

1 Leuchtreklamen sind nur in Bauzonen gemäss den Nutzungsplänen der Gemeinde zulässig.

2 Nicht zulässig sind Leuchtreklamen in den Schutzgebieten gemäss Plakatierungsplan; ausgenommen sind Firmenanschriften von Gastronomiebetrieben und Dorfläden.

Art. 10

b) Betrieb

1 Leuchtreklamen sind zwischen 23:00 Uhr und 6:00 Uhr sowie an Wochenenden und Feiertagen auszuschalten. Ausgenommen sind Firmenanschriften von Geschäften oder Lokalen während der Öffnungszeiten.

2 In der Baubewilligung können für Leuchtreklamen strengere Beleuchtungszeiten und einschränkende Beleuchtungsintensitäten festgelegt werden.

3 Skybeamer und blinkende Reklamen sind nicht erlaubt.

4 Bei selbstleuchtenden Leuchtreklamen ist die himmelwärts abstrahlende Lichtmenge so gering wie möglich zu halten; die Oberseite ist lichtundurchlässig auszuführen.

5 Bei angeleuchteten Leuchtreklamen muss die Lichtquelle bodenwärts gerichtet sein, eine Beleuchtung von unten nach oben ist nicht erlaubt.

Art. 11

Automatisch wechselnde Reklamen

Automatische Vorrichtungen für wechselweise zur Schau gestellte Reklamen – Prismenwender, Wechselautomaten, Bildschirme und dergleichen – sind nur in den Zonen D und B zulässig.

Art. 12

Dachreklamen

1 Dachreklamen sind Reklamen und Plakatträger auf oder über Dächern. Sie sind nur als Eigenreklame und nur in Arbeitszonen zulässig, vorbehalten bleibt Absatz 5.

2 In den Schutzgebieten gemäss Plakatierungsplan sind keine Dachreklamen zulässig.

3 Bei Schrägdächern dürfen Dachreklamen höchstens 1,30 m hoch sein. Sie sind parallel zur Trauflinie ab der Fassade oder bis 1,30 m davon zurückversetzt anzubringen. Sie dürfen insgesamt höchstens einen Viertel der jeweiligen Fassadenlänge des obersten Vollgeschosses lang sein. (Siehe Anhang Skizze 1.)

4 Bei Flachdächern dürfen Dachreklamen den Dachrand-Abschluss des obersten Vollgeschosses um höchstens 1,30 m überragen. Sie dürfen insgesamt höchstens einen Viertel der jeweiligen Fassadenlänge des obersten Vollgeschosses lang sein.

5 Im Gebiet der ZPP Nr. 7/3 "Unteres Juch / Hallmatt" dürfen Dachreklamen die Dachrandkante des obersten Vollgeschosses um bis zu 4,50 m überragen, wenn sie

a) nur aus offenen Buchstaben oder Zeichen ohne Hintergrund bestehen und

b) insgesamt höchstens einen Drittel der jeweiligen Fassadenlänge des obersten Vollgeschosses lang sind.

Art. 13

Abstände

1 Für die Abstände, die Strassenreklamen gegenüber Kantons- und Gemeindestrassen sowie Privatstrassen im Gemeingebrauch einzuhalten haben, gelten die Vorschriften der kantonalen Strassengesetzgebung.[6]

2 Reklamen haben gegenüber Nachbargrundstücken den gleichen Grenzabstand einzuhalten, wie er gemäss Baureglement für Klein- und Anbauten gemäss Artikel 3 und Artikel 4 BMBV[7] gilt.[8] [9]

---

6 Vgl. Art. 58 der kantonalen Strassenverordnung vom 29. Oktober 2008 (BSG 732.111.1).

7 Kantonale Verordnung vom 25. Mai 2011 über die Begriffe und Messweisen im Bauwesen (BMBV, BSG 721.3).

8 Vgl. Art. 54 Abs. 2 des Baureglements der Gemeinde Köniz vom 23. September 2018.

9 Fassung vom 23. September 2018

III. Eigenreklamen

Art. 14

Regeln für Eigenreklamen

1 Eigenreklamen sind in allen Bauzonen zulässig. Sie dürfen im Rahmen der Grundsätze dieses Reglements frei gestaltet werden, sofern die Vorschriften des übergeordneten Rechts eingehalten werden und nachfolgend nichts anderes geregelt wird.

2 Sofern Eigenreklamen nach dem übergeordneten Recht ausserhalb der Bauzone zulässig sind, gelten folgende Grössenbeschränkungen:

a) Eigenreklame-Plakate dürfen höchstens das Hochformat F200 (116,5 cm x 170 cm) aufweisen,

b) andere Eigenreklamen dürfen höchstens 150 cm x 100 cm gross sein.

3 In den Schutzgebieten gemäss Plakatierungsplan sind ausschliesslich an der Fassade angebrachte Firmenanschriften zulässig. Pro Gebäude ist die entsprechende Beschriftung auf höchstens zwei Gebäudeseiten zulässig, bei Gastronomiebetrieben und Dorfläden auf vier Gebäudeseiten.

IV. Fremdreklamen

Art. 15

Regeln für Fremdreklamen

1 Fremdreklamen sind grundsätzlich nur in Form von Plakaten zulässig. Vorbehalten bleiben Artikel 16, Artikel 17 Absatz 3 und Artikel 27 f.

2 Fremdreklamen sind nur in den im Plakatierungsplan bezeichneten Zonen (Zone L, Zone D, Zone B und Zone VWA) zulässig; vorbehalten bleibt Artikel 17. In Schutzgebieten gemäss Plakatierungsplan sind Fremdreklamen nie zulässig.

3 Sofern sich an einem Standort zwei Zonen überlagern, gelten die Regeln der Zone, die kleinere Abstände zulässt.

4 Es sind folgende Formate zulässig:

a) Plakatträger für Plakate im Hochformat F4

(89,5 cm x 128 cm)

b) Plakatträger für Plakate im Hochformat F200

(116,5 cm x 170 cm)

c) Plakatträger für Plakate im Querformat F12

(268,5 cm x 128 cm)

Vorbehalten bleiben andere zulässige Formate in den Zonen VWA nach Artikel 27 f., an den Anschlagestellen nach Artikel 29 f. und für Bandenwerbung nach Artikel 17 Absatz 4.

5 Die Höhe der Plakatträger darf in keinem Punkt 3 m überschreiten, gemessen zwischen Boden und Oberkante des Plakatträgers.

Art. 16

Eigenreklame-ähnliche Fremdreklamen

1 Gastronomiebetriebe und Dorfläden, deren Standorte nicht an einer Basiserschliessungsstrasse liegen, können im Umkreis von 150 m (Luftlinie) an einer solchen Strasse eigenreklame-ähnliche Fremdreklamen anbringen.

2 Pro Gastronomiebetrieb oder Dorfladen sind höchstens zwei solche eigenreklame-ähnliche Fremdreklamen zulässig.

3 Für diese eigenreklame-ähnlichen Fremdreklamen gelten die Vorschriften von Artikel 14 für Eigenreklamen.

Art. 17

Weitere zulässige Standorte

1 An festen Abschrankungen von Baustellen sind Fremdreklamen zulässig. Sie dürfen die Abschrankungen nicht überragen und dürfen insgesamt höchstens einen Drittel der Länge der Bauabschrankung lang sein.

2 An Unterständen bei Bus- oder Tramhaltestellen sind Fremdreklamen zulässig.

3 Während Veranstaltungen sind auf dem Veranstaltungsgelände für höchstens zehn Tage alle Formen von Fremdreklamen zulässig, vorbehalten bleiben Artikel 7 und Artikel 8.

4 Auf Sportplätzen sind an Banden, Zäunen und an Tribünen angebrachte Fremdreklamen zulässig, sofern diese nach innen gerichtet sind. An Banden sind auch andere Formate als die in Artikel 15 Absatz 4 genannten zulässig; die Reklamen dürfen die Bande nicht überragen. Vorbehalten bleiben Artikel 7 und Artikel 8.

Art. 18

Gruppen von Plakatträgern

1 Aus Plakatträgern desselben Formats dürfen Gruppen gebildet werden.

a) Allgemeines

2 Eine Gruppe ist auf einer Fläche von höchstens 7 m Länge und 3 m Tiefe zulässig, die in Längsrichtung parallel zur Strasse oder zur Eisenbahnlinie liegt (siehe Anhang Skizze 2).

3 Die zulässigen Anordnungen sind im Anhang in der Skizze 3 festgelegt.

Art. 19

b) Gruppengrösse

Es sind folgende Gruppengrössen zulässig:

a) Gruppen von zwei Plakatträgern für Plakate im Querformat F12,

b) Gruppen von bis zu drei Plakatträgern für Plakate im Hochformat F200,

c) Gruppen von bis zu vier Plakatträgern für Plakate im Hochformat F4.

Art. 20

c) Abstände innerhalb der Gruppe

1 Innerhalb derselben Gruppe müssen die Plakatträger zueinander einen gleich grossen Abstand in regelmässiger Anordnung aufweisen (siehe Anhang Skizze 3).

2 Die Plakatträger derselben Gruppe müssen im gleichen Winkel zur Strassenachse stehen (siehe Anhang Skizze 3).

3 Wenn alle Plakatträger der Gruppe an Gebäudefassaden befestigt werden, müssen die Vorschriften der Absätze 1 und 2 nicht eingehalten werden.

4 Die Gruppe muss in jedem Fall eindeutig als zusammengehörig wahrgenommen werden.

Art. 21

Mindestabstand

1 Zwischen zwei Gruppen, zwischen einer Gruppe und einem einzelnen Plakatträger sowie zwischen zwei einzelnen Plakatträgern ist ein Mindestabstand einzuhalten. Dieser wird in den Bestimmungen der einzelnen Zonen festgesetzt.

2 Der Mindestabstand wird gemäss Skizze 4a und 4b gemessen (siehe Anhang).

3 Er ist auch über die Fahrbahn oder Eisenbahnlinie hinweg einzuhalten (siehe Anhang Skizze 4a und 4b).

4 Er gilt nicht gegenüber

a) Reklamen, die nicht oder nur im Umfang von Artikel 2 Absatz 4 im Geltungsbereich der Reklameordnung liegen,

b) Eigenreklamen (Artikel 14),

c) eigenreklame-ähnlichen Fremdreklamen (Artikel 16)

d) Reklamen an Unterständen bei Bus- oder Tramhaltestellen (Artikel 17 Absatz 2),

e) Reklamen in den Zonen VWA (Artikel 27 f.) sowie

f) Anschlagestellen (Artikel 29 f.).

Art. 22

Zone für lockere Plakatierung (Zone L)

Der Mindestabstand beträgt in der Zone L

a) 200 m zwischen Gruppen,

b) 75 m zwischen zwei einzelnen Plakatträgern im Format F4,

c) 200 m zwischen anderen einzelnen Plakatträgern sowie

d) 200 m zwischen Gruppen und einzelnen Plakatträgern.

Art. 23

Zone für dichtere Plakatierung (Zone D)

Der Mindestabstand beträgt in der Zone D

a) 200 m zwischen Gruppen,

b) 75 m zwischen einzelnen Plakatträgern sowie

c) 75 m zwischen Gruppen und einzelnen Plakatträgern.

Art. 24

Gemeinsame Vorschriften der Zonen L und D

1 Die Zonen L und D umfassen die Bauzonen gemäss den Nutzungsplänen der Gemeinde in einer Tiefe von 10 m, gemessen ab Fahrbahnrand (siehe Anhang Skizze 5a).

2 Freistehende Plakatträger haben von Fassaden einen Abstand von mindestens 1,50 m einzuhalten.

Art. 25

Zone für Plakatierung bei Bahnhöfen (Zone B)

1 Der Mindestabstand beträgt in der Zone B

a) 15 m zwischen Gruppen,

b) 15 m zwischen einzelnen Plakatträgern sowie

c) 15 m zwischen Gruppen und einzelnen Plakatträgern.

2 Die Zonen B umfassen das Bahnareal; sie sind aber höchstens 15 m tief, gemessen ab den Geleiseachsen (siehe Anhang Skizze 5b).

Art. 26

Ausserhalb der Bauzone

Fremdreklamen ausserhalb der Bauzone müssen den bundesrechtlichen Vorschriften (Artikel 16 ff. und 24 ff. RPG[10]) entsprechen. Plakate dürfen höchstens das Format F200 (116,5 cm x 170 cm) aufweisen.

V. Zone für Reklamen für Veranstaltungen, Wahlen und Abstimmungen (Zone VWA)

Art. 27

Allgemeines

1 In den Zonen VWA gemäss Plakatierungsplan sind Reklamen für Veranstaltungen, Wahlen und Abstimmungen zugelassen.

2 Der Gemeinderat kann durch Beschluss regeln, dass Reklamen in den Zonen VWA eine Bewilligung für gesteigerten Gemeingebrauch benötigen. Es können Gebühren erhoben werden.

Art. 28

Nutzungsordnung

1 In den Zonen VWA dürfen die Reklamen während höchstens sechs Wochen vor und bis fünf Tage nach der Veranstaltung, Wahl oder Abstimmung angebracht werden.

2 Pro Zone darf das gleiche Plakat nur einmal angebracht werden.

3 Das Entfernen oder Überdecken von Plakaten für Veranstaltungen, Wahlen und Abstimmungen, die noch nicht stattgefunden haben, ist verboten.

4 Es sind sowohl Plakate als auch andere Formen von Reklamen wie Werbeplanen oder physische Gegenstände zulässig.

5 Es gelten folgende Grössenbegrenzungen:

a) Plakate und Werbeplanen dürfen höchstens 3 m hoch und höchstens 5 m^2 gross sein.

b) Andere Gegenstände dürfen höchstens 3 m hoch sein, und jede Fläche des kleinsten sie umschreibenden Quaders darf höchstens 5 m^2 gross sein (siehe Anhang Skizze 6).

[10] Bundesgesetz vom 22. Juni 1979 über die Raumplanung (Raumplanungsgesetz, RPG; SR 700).

VI. Anschlagestellen

Art. 29

Öffentliche Plakatanschlagestellen

1 Öffentliche Plakatanschlagestellen der Gemeinde können im Rahmen der allgemeinen Vorschriften dieses Reglements bewilligt werden.

2 Die öffentlichen Plakatanschlagestellen der Gemeinde stehen Vereinen, politischen Parteien, anderen Organisationen sowie Einzelpersonen zum Plakatanschlag zur Verfügung.

3 Reklamen, die ausschliesslich für Produkte oder Unternehmen werben, sind an den öffentlichen Plakatanschlagestellen nicht erlaubt.

4 Die Plakate dürfen höchstens sechs Wochen aufgehängt werden.

5 Pro Standort darf das gleiche Plakat nur einmal angebracht werden.

6 Die Plakate dürfen höchstens 70 cm x 50 cm gross sein.

7 Die Gemeinde kann Plakatanschlagestellen errichten, die für bestimmte Zwecke reserviert sind (z.B. Kultursäulen). Der Gemeinderat kann dafür eigene Nutzungsregeln aufstellen, die von den Absätzen 2 bis 6 dieses Artikels abweichen.

Art. 30

Private Plakatanschlagestellen für Kulturelles und Vereine

1 Private Plakatanschlagestellen für Kulturelles und Vereine können im Rahmen der allgemeinen Vorschriften dieses Reglements bewilligt werden.

2 Private Plakatanschlagestellen für Kulturelles und Vereine dürfen höchstens das Format F200 (116,5 cm x 170 cm) aufweisen. Ausserdem dürfen sie als Litfasssäule ausgestaltet werden.

3 Reklamen, die ausschliesslich für Produkte oder Unternehmen werben, sind an den privaten Plakatanschlagestellen für Kulturelles und Vereine nicht zulässig.

VII. Vollzug, Verfahren, Rechtspflege

Art. 31

Zuständigkeiten

1 Der Gemeinderat ist zuständig für den Entscheid, ob eine Reklame den inhaltlichen Vorschriften von Artikel 7 Absatz 3 widerspricht.

2 Die in andern Erlassen bezeichneten Baubewilligungsbehörden und Baupolizeibehörden sind im Geltungsbereich der kantonalen Baugesetzgebung auch für den Vollzug der Reklameordnung zuständig.[11]

3 Der Gemeinderat regelt die weiteren Zuständigkeiten mit Verordnung.

Art. 32

Wiederherstellung; Entfernung

1 Soweit Reklamen oder Plakatträger den Bestimmungen dieses Reglements widersprechen, muss der rechtmässige Zustand wiederhergestellt werden.

2 Es gelten für baubewilligungspflichtige und für baubewilligungsfreie Reklamen die Bestimmungen über die Wiederherstellung des rechtmässigen Zustands der kantonalen Baugesetzgebung.[12] Vorbehalten bleibt Absatz 3.

3 Befindet sich auf öffentlichem Grund eine Reklame, der eine allfällige Bewilligung nach Artikel 5 Absatz 1 oder Artikel 27 Absatz 2 fehlt, befindet sich auf dem Eigentum der Gemeinde eine Reklame, der die Gemeinde nicht zugestimmt hat oder widerspricht eine Reklame in den Zonen VWA und an öffentlichen Plakatanschlagestellen den entsprechenden Nutzungsbestimmungen, kann sie von der zuständigen Behörde sofort entfernt werden.

Art. 33

Strafbestimmungen

Widerhandlungen gegen Vorschriften dieses Reglements sowie gestützt darauf erlassene Verfügungen werden nach den Strafbestimmungen des kantonalen Baurechts geahndet.

Art. 34

Gebühren

Die Gebühren werden in besonderen Erlassen geregelt.[13]

Art. 35

Verfahren und Rechtsmittel

Für das Verfahren und die Rechtsmittel gelten die Bestimmungen der kantonalen Baugesetzgebung.

---

[11] Fassung vom 23. September 2018
[12] Vgl. Art. 45 ff. BauG.
[13] Fassung vom 23. September 2018

VIII. Übergangs- und Schlussbestimmungen

Art. 36

Besitzstands-garantie

Der Besitzstand ist im Umfang der kantonalen Gesetzgebung und des Baureglements gewährleistet.[14]

Art. 37

Inkrafttreten, Aufhebung bisheriger Erlasse

1 Der Gemeinderat bestimmt das Inkrafttreten der Reklameordnung.

2 Mit dem Inkrafttreten dieses Reglements wird folgende Bestimmung aufgehoben:

- Artikel 60 Buchstabe h der Gemeindeordnung vom 16. Mai 2004 (101.1)

Die Reklameordnung wurde am 23. September 2012 von den Stimmberechtigten der Gemeinde Köniz beschlossen.

Im Namen der Einwohnergemeinde Köniz

Der Gemeindepräsident	Die Stellvertreterin Gemeindeschreiberin
Luc Mentha	Barbara Bühler

[14] Vgl. Art. 3 BauG sowie Art. 2 des Baureglements (Fussnote Fassung vom 23. September 2018).

Anhang

Grafische Darstellungen[15]

Skizze 1: Dachreklamen (Artikel 12 Absatz 3)

Skizze 2: Zulässige Fläche (Artikel 18 Absatz 2)

Skizze 3: Abstand und Ausrichtung von Plakatständern innerhalb derselben Gruppe (Artikel 18 Absatz 3 und Artikel 20)

Skizze 4a: Mindestabstand zwischen Gruppen (Artikel 21 bis Artikel 25)

Skizze 4b: Mindestabstand zwischen alleinstehenden Plakatträgern und zwischen alleinstehenden Plakatträgern zu Gruppen (Artikel 21 bis Artikel 25)

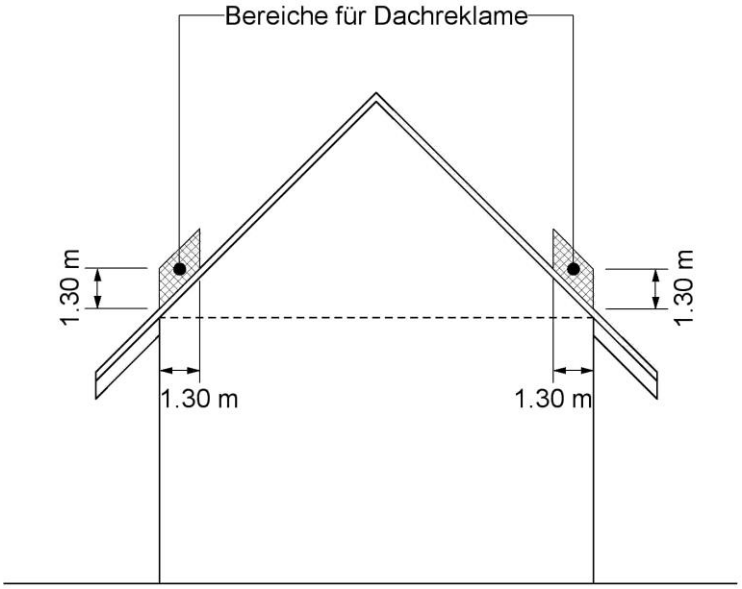
Skizze 5a: Zonentiefe ab Fahrbahnrand (Artikel 24 Absatz 1)

Skizze 5b: Zonentiefe ab Geleiseachse (Artikel 25 Absatz 2)

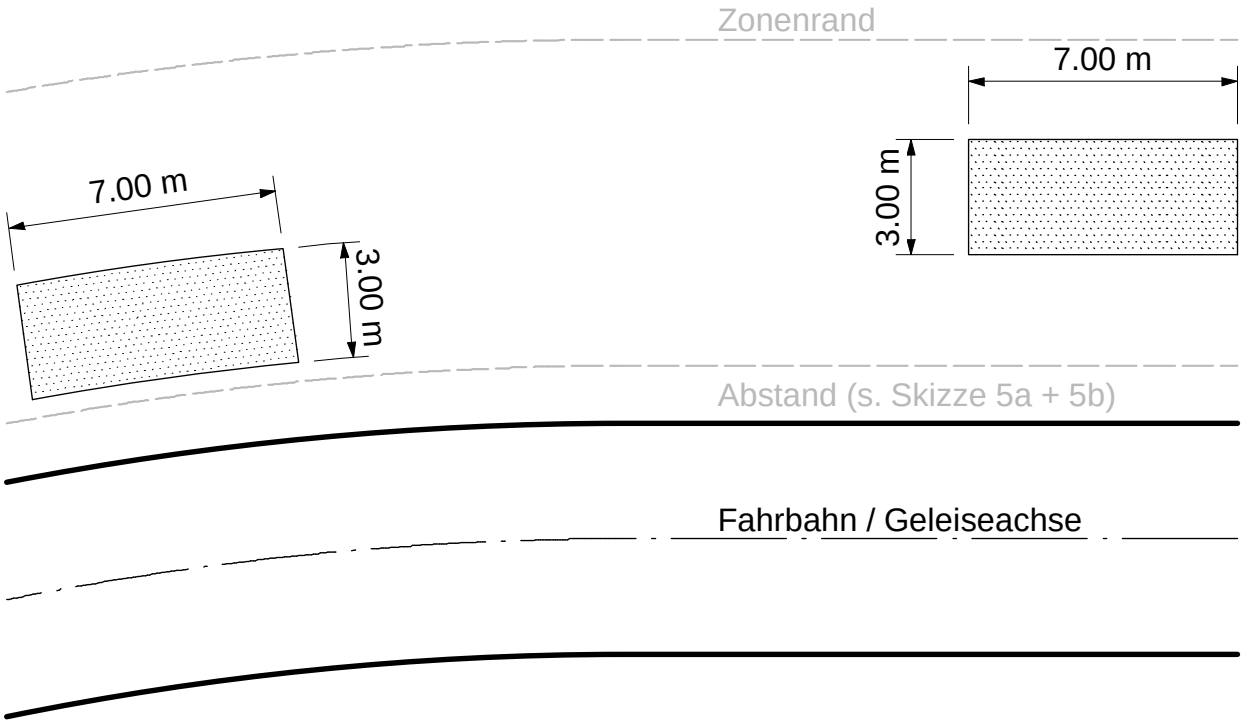
Skizze 6: Grössenbegrenzung von anderen Gegenständen in der Zone für Veranstaltungen, Wahlen und Abstimmungen (VWA) (Artikel 28 Absatz 5 Buchstabe b)

[15] Titel Fassung vom 23. September 2018

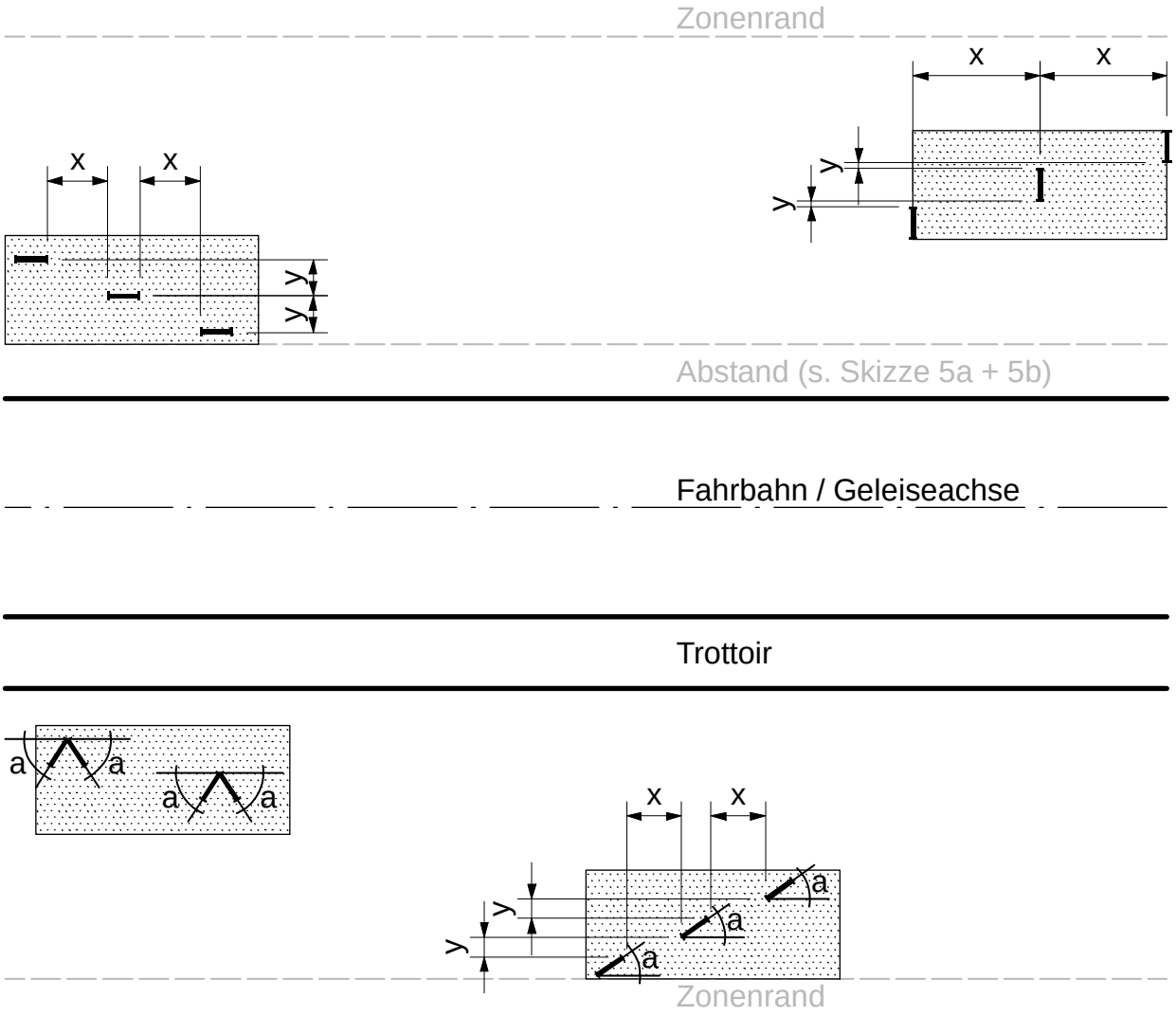
Skizze 1: Dachreklamen
(Artikel 12 Absatz 3)



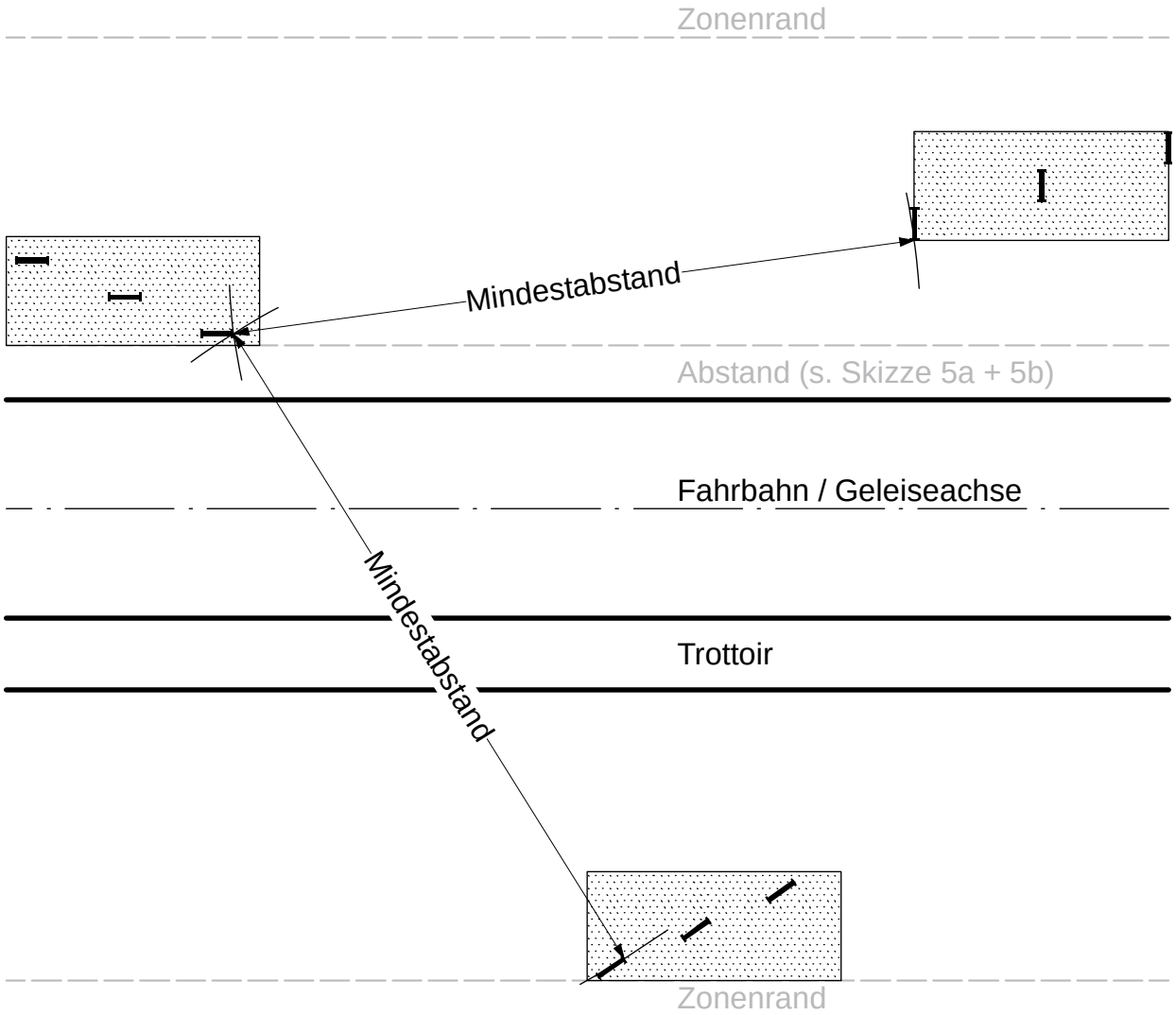
Skizze 2: Zulässige Fläche
(Artikel 18 Absatz 2)



Skizze 3: Abstand und Ausrichtung von Plakatständern innerhalb derselben Gruppe (Artikel 18 Absatz 3 und Artikel 20)

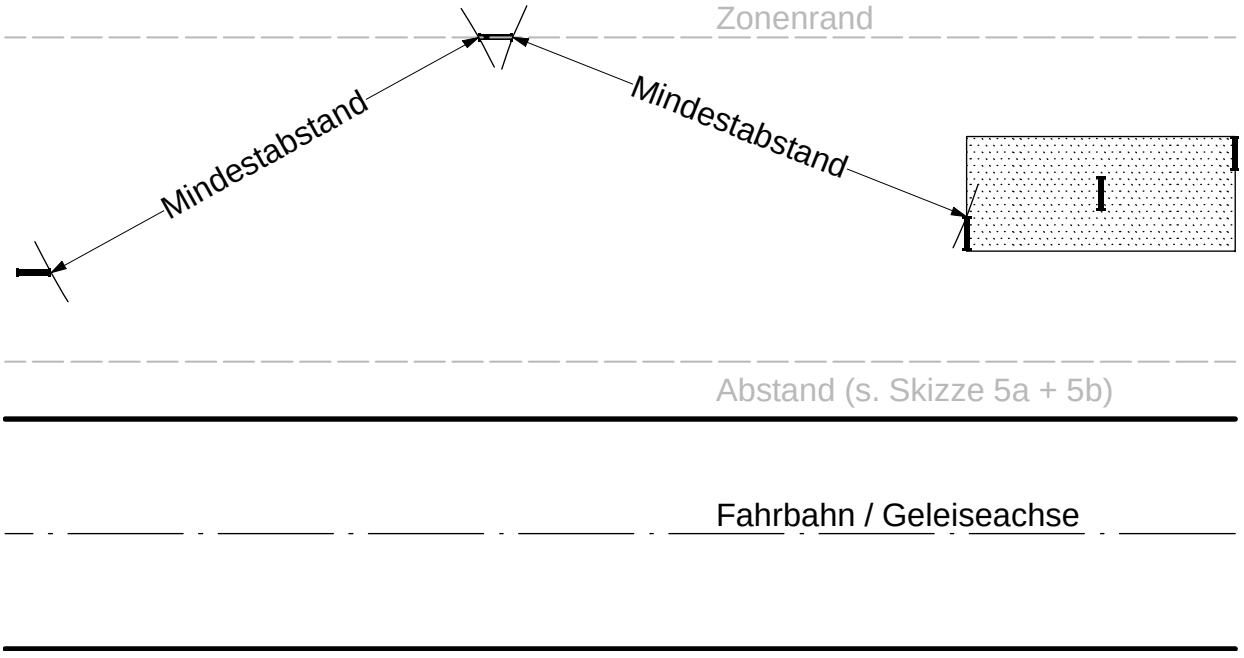


Skizze 4a: Mindestabstand zwischen Gruppen
(Artikel 21 bis Artikel 25)



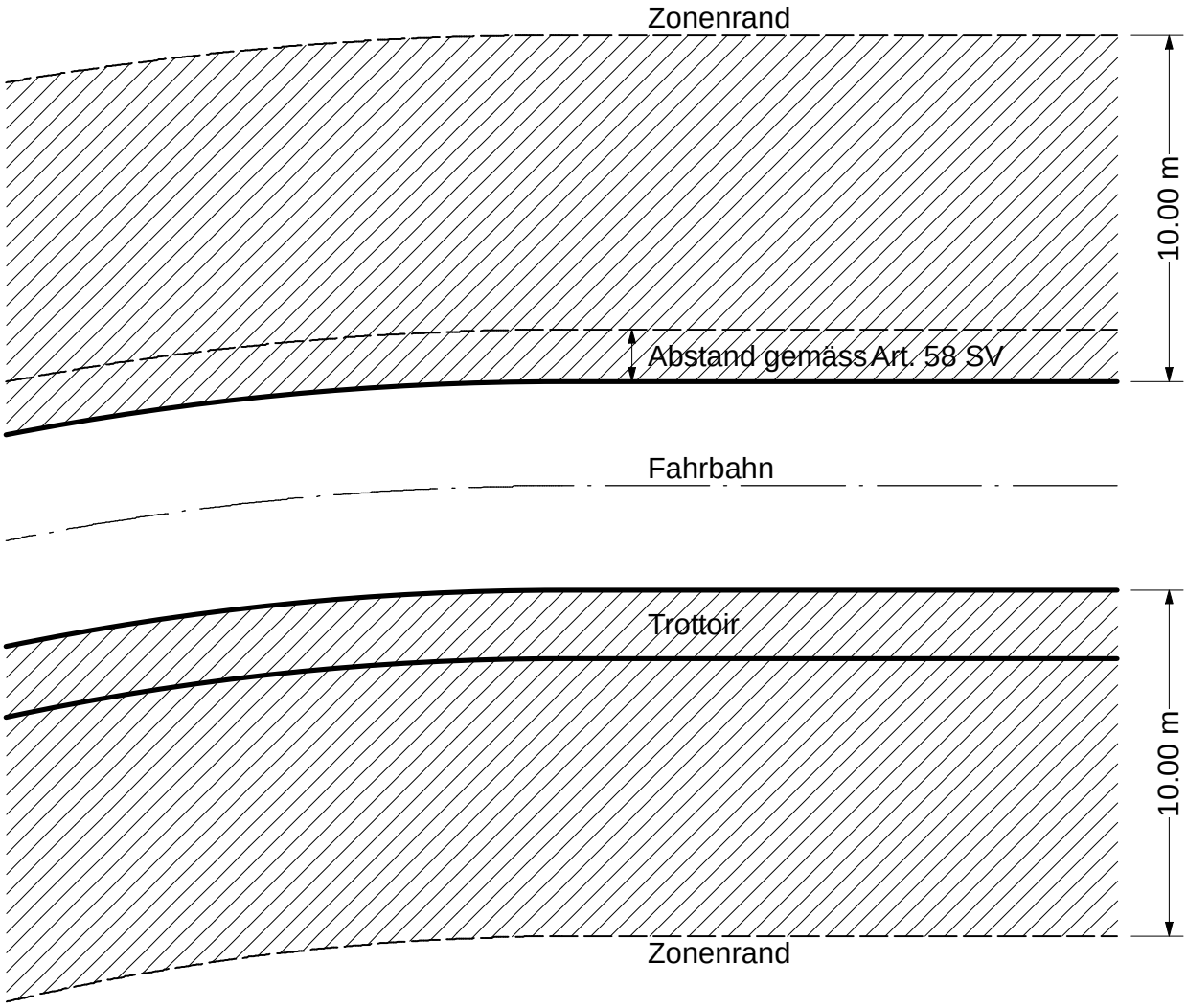
	Mindestabstand		
	Zone L (Artikel 22)	Zone D (Artikel 23)	Zone B (Artikel 25)
Gruppe - Gruppe	**200.00 m**	**200.00 m**	**15.00 m**

Skizze 4b: Mindestabstand zwischen alleinstehenden Plakatträgern und zwischen alleinstehenden Plakatträgern zu Gruppen (Artikel 21 bis Artikel 25)

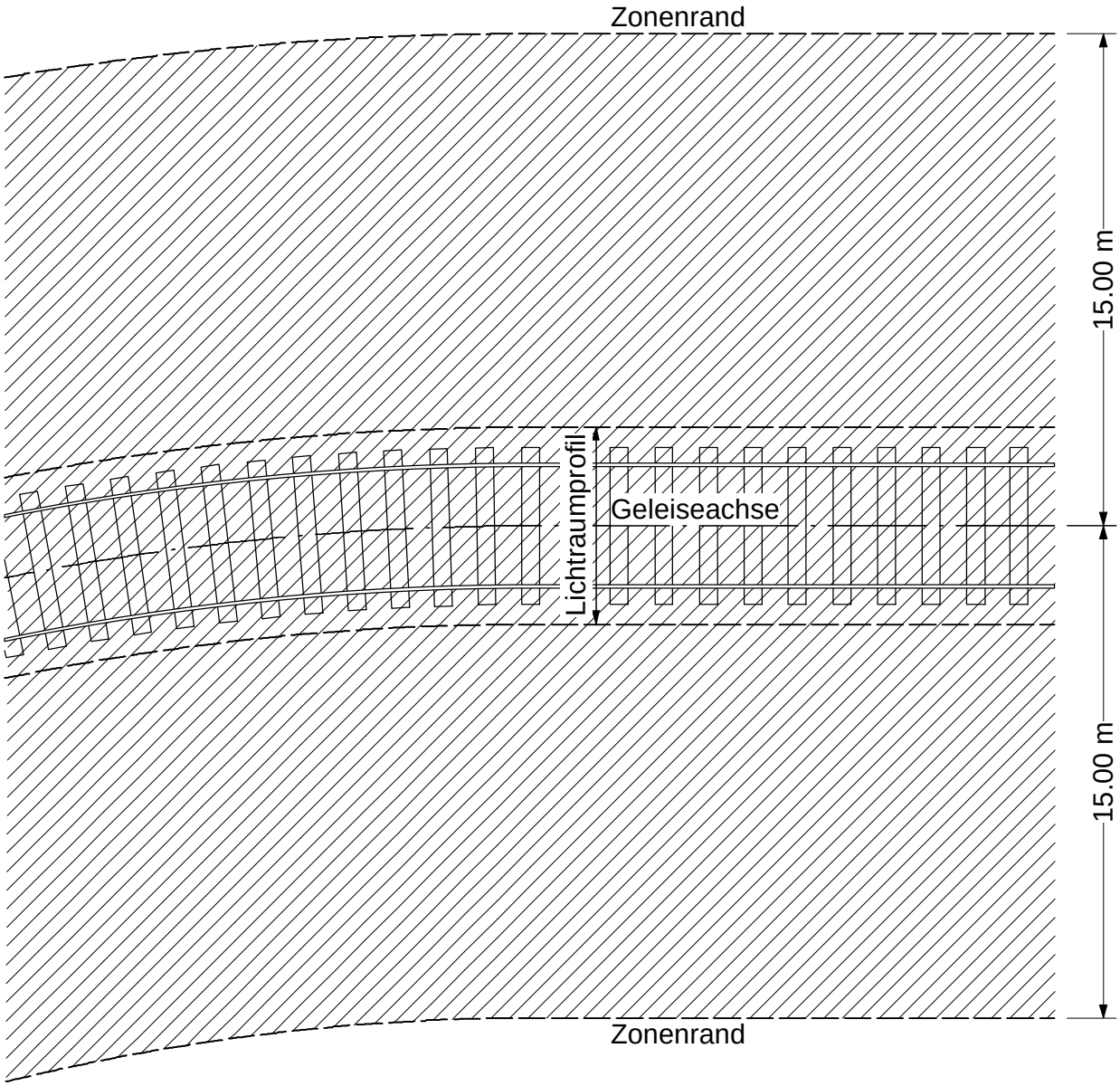


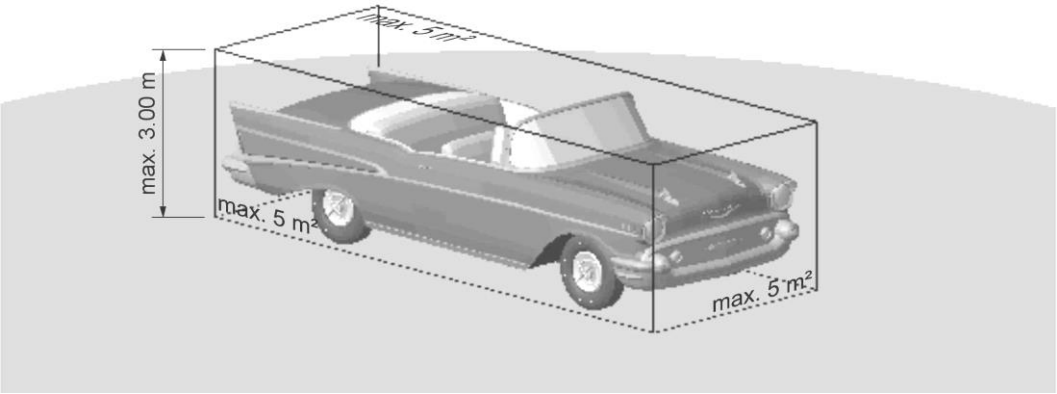
	Mindestabstand		
	Zone L (Artikel 22)	Zone D (Artikel 23)	Zone B (Artikel 25)
F4 – F4	**75.00 m**	**75.00 m**	**15.00 m**
F4/F12/F200 – F12/F200	**200.00 m**	**75.00 m**	**15.00 m**
F4/F12/F200 – Gruppe	**200.00 m**	**75.00 m**	**15.00 m**

Skizze 5a: Zonentiefe ab Fahrbahnrand
(Artikel 24 Absatz 1)



Skizze 5b: Zonentiefe ab Geleiseachse
(Artikel 25 Absatz 2)



(Lichtraumprofil gemäss Art. 18 der eidgenössischen Eisenbahnverordnung)

Skizze 6: Grössenbegrenzung von anderen Gegenständen in der Zone für Veranstaltungen, Wahlen und Abstimmungen (VWA) (Artikel 28 Absatz 5 Buchstabe b)