



Vorschriften über das Anbringen von Reklameanlagen im öffentlichen Grund (VARÖG)

Stadtratsbeschluss vom 21. Mai 2008

Der Stadtrat erlässt, gestützt auf § 231 Abs. 1 und 2 des Gesetzes über die Raumplanung und das öffentliche Baurecht (Planungs- und Baugesetz)¹ sowie Art. 49 Abs. 1 der Gemeindeordnung der Stadt Zürich vom 26. April 1970², folgende Vorschriften:

A. Allgemeine Bestimmungen

Art. 1

Diese Vorschriften regeln das Anbringen von Reklameanlagen jeder Art im öffentlichen Grund mit Einschluss der öffentlichen Luftsäule. Geltungsbereich

Art. 2

¹Wer den öffentlichen Grund oder die öffentliche Luftsäule mit Reklameanlagen oder sonstiger Werbung benützt, benötigt vorgängig eine Bewilligung. Bewilligungspflicht

²Die Bewilligung gilt nur für die gesuchstellende Person und für die im Gesuch beschriebene Anlage am bezeichneten Ort. Für Änderungen ist eine neue Bewilligung einzuholen.

Art. 3

¹Die von der Vorsteherin oder vom Vorsteher des Polizeidepartements bezeichnete zuständige Dienststelle der Stadtpolizei entscheidet über: Zuständigkeit

- a) Reklamegesuche für nicht an Gebäuden angebrachte temporäre Werbung;
- b) Reklameeinrichtungen während Veranstaltungen zugunsten der Sponsoren;
- c) Weihnachtsbeleuchtungen.

²Die Baubehörde entscheidet über alle andern Reklamegesuche.

¹ LS 700.1

² AS 101.100

Art. 4

Gesuch

Das Gesuch ist unter Beilage einer genauen Darstellung und Beschreibung des Projektes schriftlich im Doppel bei der zuständigen Stelle einzureichen.

Art. 5

Gültigkeitsdauer

¹Die Bewilligung ist 5 Jahre gültig. Wird sie nicht 90 Tage vor Ablauf gekündigt, verlängert sich die Gültigkeitsdauer jeweils um 1 Jahr.

²Die Gültigkeit der Bewilligung kann aus sachlichen Gründen auf eine kürzere Dauer beschränkt werden.

Art. 6

Gebühren

¹Für die Benützung des öffentlichen Grunds und der öffentlichen Luftsäule sind in der Regel Benützungsgebühren zu entrichten.

²Die Benützungsgebühren werden vom Stadtrat in einer besonderen Gebührenverordnung festgesetzt.

Art. 7

Befestigung und
Unterhalt

¹Reklameanlagen müssen so angebracht werden, dass sie kein Sicherheitsrisiko, insbesondere weder eine Verkehrsgefährdung noch ein Verkehrshindernis, bilden können.

²Sie sind während ihrer ganzen Bestandesdauer fachgemäss zu unterhalten.

Art. 8

Gestaltung

Alle Reklameanlagen sind für sich und in ihrem Zusammenhang mit der baulichen und landschaftlichen Umgebung so zu gestalten, dass eine gute Gesamtwirkung erreicht wird.

B. Einzelne Benutzungsarten

Art. 9

I. Bauorien-
tierungstafeln

Soweit und solange öffentlicher Grund zu Bauzwecken zur Verfügung gestellt wird, kann unter Vorbehalt der verkehrsrechtlichen Bestimmungen eine besondere Bauorientierungstafel mit Hinweisen auf die Bauherrschaft und die am Bau beteiligten Unternehmungen angebracht werden.

Art. 10

Das Recht des Plakatanschlags an Plakatträgern im öffentlichen Grund steht für das ganze Stadtgebiet ausschliesslich der Stadt zu. II. Plakat-
anschlag
1. Plakatregal

Art. 11

Das Recht des Plakatanschlags wird vom Stadtrat per Ausschreibung durch Vertrag verpachtet. 2. Plakatvertrag

Art. 12

Für Plakate mit politischem Inhalt im Zusammenhang mit Abstimmungen und Wahlen sind in angemessenem Umfang Anschlagstellen zur Verfügung zu halten. Die Einzelheiten werden im Plakatvertrag geregelt. 3. Politische
Plakate

Art. 13

¹Der Plakatinhalt ist mit dem Gesuch bzw. bei wechselnder Werbung vor dem Aushang der Baubehörde zur Genehmigung vorzulegen. 4. Inhalt

²Unzulässig sind Plakate,

- a) die Personen aufgrund ihrer Herkunft, Rasse, Geschlecht usw. diskriminieren (Art. 8 Abs. 2 BV);
- b) die in irgendeiner Art auf Alkohol- oder Tabakprodukte hinweisen oder deren Namen oder Signet zeigen (gilt auch für Sponsorenaufdrucke, soweit diese direkte Produkteassoziationen hervorrufen).

Art. 14

¹Für die Bewilligung von Megapostern gelten die Grundsätze des Megaposterkonzepts. III. Megaposter

²Megaposter dürfen keinen unzulässigen Inhalt gemäss Art. 13 Abs. 2 aufweisen.

³Zudem sind Megaposter mit politischem Inhalt nicht zulässig.

Art. 15

¹Temporäre Werbung darf keinen unzulässigen Inhalt gemäss Art. 13 Abs. 2 aufweisen. IV. Temporäre
Werbung

²Im Übrigen richten sich die Voraussetzungen zur Bewilligung temporärer Werbung nach den Vorschriften über die vorübergehende Benützung des öffentlichen Grundes zu Sonderzwecken (VBöGS)³.

Art. 16

V. Übrige
Werbung
1. Grundsätze

¹Reklameanlagen und sonstige Werbung, welche nicht den in den Artikeln 9-15 erwähnten Anlagen entsprechen, dürfen nur der Eigenwerbung dienen. Sie sind an Bauten oder Anlagen zu befestigen, die sich auf Privatgrund befinden.

²Diese Reklameanlagen dürfen keinen unzulässigen Inhalt gemäss Art. 13 Abs. 2 aufweisen. Ausgenommen davon ist pro Gastwirtschaftslokal eine Werbung für eine Biermarke an einer Reklameanlage. Diese Werbung darf maximal 50 % der gesamten Werbefläche der betreffenden Reklameanlage umfassen.

³Die Projektion von Werbung auf oder über öffentlichem Grund ist nicht gestattet.

Art. 17

2. Ausladung

¹Die Ausladung über den öffentlichen Grund darf maximal 1,20 m betragen.

²Verläuft die vorspringende Reklameanlage über mehrere Geschosse, darf diese Ausladung maximal 0,80 m betragen.

³An geschützten oder nach § 203 PBG inventarisierten Bauten ist die Ausladung sämtlicher Reklameanlagen über den öffentlichen Grund auf höchstens 0,80 m beschränkt.

⁴Von den Einschränkungen gemäss Abs. 1-3 ausgenommen sind Einzelstücke von handwerklich wertvoll oder künstlerisch gestalteten Schildern.

⁵An Erkern, Balkonen und Vordächern, die in die öffentliche Luftsäule hinausragen, dürfen keine vorspringenden Reklameanlagen angebracht werden.

⁶In Kernzonen, Quartiererhaltungszonen und Wohnzonen dürfen in den öffentlichen Grund vorspringende Reklameanlagen nur im Bereich des Erdgeschosses angebracht werden.

⁷In der Kernzone Altstadt sind keine Leuchtkästen gestattet.

Art. 18

3. Vertikal-
abstand

¹Für vorspringende Reklameanlagen und dergleichen ist in der Regel ein Höhenabstand von 3 m, für hochziehbare Rollvorhänge und Markisen ein solcher von 2,50 m über Trottoirs oder

³ AS 551.210

Strassen erforderlich.

²Im Interesse einer guten architektonischen Lösung können ausnahmsweise auch andere Reklameanlagen mit einem Mindestabstand von 2,50 m über Trottoirs oder Strassen zugelassen werden.

³Reklameanlagen, welche höchstens 6 cm in den öffentlichen Grund ragen, sind von der Einhaltung eines Vertikalabstands befreit.

C. Straf- und Schlussbestimmungen

Art. 19

Übertretungen dieser Vorschriften werden unter Vorbehalt der Strafbestimmungen höheren Rechtes mit Busse nach Massgabe der Strafbefugnis des Stadtrats bestraft. Strafbestimmung

Art. 20

Die Vorschriften über das Anbringen von Reklameanlagen im öffentlichen Grund (Stadtratsbeschluss Nr. 1936 vom 4. Juli 1979)⁴ werden aufgehoben. Aufhebung bisherigen Rechts

Art. 21

Die Vorsteherin des Hochbaudepartements wird ermächtigt, diese Vorschriften in Kraft zu setzen.⁵ Inkraftsetzung

⁴ AS 551.240

⁵ Inkraftsetzung auf den 1. Juni 2009.