

vom 17. Mai 1989 ¹

Der Landrat,

gestützt auf Art. 60 der Kantonsverfassung, in Ausführung von Art. 133 des Gesetzes vom 24. April 1988 über die Raumplanung und das öffentliche Baurecht (Baugesetz) ²,

beschliesst:

I. ZWECK UND GELTUNGSBEREICH

§ 1 Zweck

Die Reklameverordnung dient dem Schutz des Orts- und Landschaftsbildes, der Kultur- und Naturdenkmäler sowie der Aussichtspunkte und regelt den Vollzug der eidgenössischen Reklamevorschriften zur Gewährleistung der Verkehrssicherheit.

§ 2 Geltungsbereich

¹ Die Reklameverordnung gilt für Reklamen jeder Art auf dem Kantonsgebiet.

² Vorbehalten bleiben die eidgenössischen Vorschriften über die Strassensignalisation ³ sowie über Reklamen an Strassenfahrzeugen ⁴.

³ Werden Hinweise an Verkehrsteilnehmer in Reklamen integriert, gilt die gesamte Anlage als Reklame.

II. BEGRIFFE

§ 3 Reklamen

¹ Reklame im Sinne dieser Verordnung ist jede Einrichtung, die ausserhalb von Gebäuden in irgendeiner Art (Schrift, Licht, Bild, Ton oder andere Mittel) wahrnehmbar ist, und direkt oder indirekt der Werbung dient.

² Die Reklame kann wirtschaftliche oder nichtwirtschaftliche Zwecke verfolgen.

§ 4 Eigenreklamen, Firmenanschriften

¹ Eigenreklamen werben für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen, Ideen und dergleichen, die mit dem Standort der Reklame in einem örtlichen Zusammenhang stehen.

² Den Eigenreklamen werden an öffentlichen Strassen angebrachte Hinweise gleichgestellt, die den kürzesten Weg zu Firmen oder Betrieben weisen, die nicht unmittelbar an den betreffenden Strassen liegen, jedoch für den ortsfremden Strassenbenützer nützlich sind, sowie Reklamen auf betriebseigenen Fahrzeugen.

³ Firmenanschriften bestehen aus Firmennamen, Branchenhinweis oder Firmensignet.

§ 5 Fremdreklamen

Fremdreklamen werben für Firmen, Betriebe, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen, Ideen und dergleichen, die mit dem Standort der Reklame in keinem örtlichen Zusammenhang stehen.

§ 6 Örtlicher Zusammenhang

¹ Der örtliche Zusammenhang von Firmen, Betrieben, Produkten, Dienstleistungen, Veranstaltungen, Ideen und dergleichen mit dem Standort der Reklame ist gegeben, wenn die Reklame am Gebäude selbst oder in dessen unmittelbarer Nähe angebracht ist.

² Massgebend ist der inhaltliche Bezug der Reklame zum Betrieb, zur baulichen Einrichtung oder zum Betriebsareal, unabhängig von den Eigentums- und Besitzverhältnissen.

§ 7 Plakatanschlagstellen

Plakatanschlagstellen sind Einrichtungen zum wechselweisen Anbringen von Fremdreklamen auf öffentlichem oder privatem Grund.

§ 8 Schaukästen

¹ Schaukästen sind freistehende oder sonstwie an Aussenwänden oder ausserhalb von Gebäuden angebrachte Einrichtungen zum Ausstellen von Waren oder Reklamen.

2 Schaukästen gelten als Eigenreklame, wenn der örtliche Zusammenhang zwischen Reklame und Standort des Betriebes gegeben ist.

§ 9 Informationstafeln

1 Informationstafeln sind Einrichtungen mit überwiegend im öffentlichen Interesse liegendem Informationsgehalt (Ortspläne, geschichtliche Abrisse usw.) und zusätzlicher Werbefläche.

2 Die Werbefläche darf die Hälfte der Gesamtfläche nicht überschreiten.

§ 10 Temporäre Reklamen

Temporäre Reklamen werben für bestimmte Veranstaltungen oder Anlässe.

§ 11 Baureklamen

Baureklamen orientieren an Ort über Neu- und Umbauten, die am Bau beteiligten Firmen sowie über Verkauf und Vermietung.

§ 12 Leuchtreklamen

Unter den Begriff Leuchtreklamen fallen selbstleuchtende, angeleuchtete und lichtreflektierende Reklamen.

§ 13 Dachreklamen

Dachreklamen sind Reklamen, die im Bereich der Dachfläche angebracht werden oder über den Dachfirst, bei Flachdächern über die Brüstung, nach oben hinausragen. Ausgenommen sind die Reklamen auf eingeschossigen Geschäftstrakten (bis 4,50 m) und auf oder an Vordächern.

§ 14 Freistehende Reklamen

Freistehende Reklamen sind nicht an einem Gebäude angebracht.

§ 15 Bewegliche Reklamen

Bewegliche Reklamen bewegen sich selbst, werden durch äussere Einflüsse bewegt oder erwecken optisch den Eindruck der Bewegung.

III. ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

§ 16 Bewilligungspflicht

1. Grundsatz

Das Anbringen, Ändern und Versetzen von Reklamen ist bewilligungspflichtig.

§ 17 2. Ausnahmen

1 Keiner Bewilligung bedürfen:

1. Eigenreklamen und Fremdreklamen in Schaufenstern und Schaukästen sowie an Fahrzeugen;
2. nicht leuchtende, flach an einer Fassade oder an vorspringenden Bauteilen angebrachte Firmenanschriften, entweder in der Form von Einzelbuchstaben von höchstens 50 cm Höhe oder als Schilder von höchstens 1,5 m² Fläche;
3. Angebotstafeln beim Eingang zu Detailhandelsgeschäften und Gastgewerbebetrieben, sofern sie nur während der Geschäftsöffnungszeiten aufgestellt werden und den Fussgängerverkehr nicht behindern (vorbehalten bleiben Vorschriften über Preisbekanntgabe sowie Ausverkäufe und ähnliche Veranstaltungen);
4. Fahnen und Flaggen;
5. Eigenreklamen von höchstens 25 cm Höhe an Volants von Sonnenstoren;
6. unbeleuchtete Einzelfafeln von höchstens 0,3 m² Fläche im Bereich des Geschäftseinganges oder der Schaufenster;
7. Baureklamen sowie temporäre Reklamen im Rahmen von § 31.

2 Die Wiederholung von Firmenanschriften an derselben Fassade, die Ausgestaltung als Dachreklame, Leuchtreklame oder als von der Fassade abtastehende Reklame bedarf in jedem Fall einer Bewilligung.

3 Bewilligungsfreie Reklamen müssen den Grundsätzen von § 18, § 19 und § 30 entsprechen.

§ 18 Grundsätze für Form und Gestaltung der Reklamen

1. allgemein

1 Reklamen müssen sich in ihrer Grösse, Form, Farbe, Ausführung (Werkstoff) und Häufigkeit dem Orts- und Landschaftsbild sowie den bestehenden baulichen Anlagen ein- und unterordnen. Sie müssen in einem ausgewogenen Verhältnis zu ihrer Umgebung stehen und dürfen weder den Charakter einer Liegenschaft verändern noch einen dominierenden Akzent in der Umgebung werden. Dabei ist die Gesamtwirkung aller zulässigen Reklamen in der Umgebung zu berücksichtigen.

2 Reklamen dürfen für die Umgebung ihres Standortes keine übermässigen Immissionen verursachen. Unzulässig sind Reklamen, die einen Gefahrenzustand schaffen; Leuchtreklamen jeder Art dürfen die Strassenbenützer nicht blenden. In Gebieten mit überwiegender Wohnnutzung ist auf die Anwohner besonders Rücksicht zu nehmen.

§ 19 2. quergestellte

Quer zum Gebäude angebrachte Reklamen sind bis zu einer Grösse von höchstens 1,0 m² zulässig. Die flächenmässige Begrenzung gilt nicht für Reklamen von Betrieben, die dem Verkehr oder dem Tourismus dienen, wie Garagen, Gastgewerbebetriebe, Banken, Bahnhöfen und dergleichen. Deren quergestellte Reklamen müssen aber auf die Höhe der Gebäudefassade abgestimmt sein und dürfen in keinem Fall grösser als höchstens 100 x 300 cm sein.

§ 20 Abstände

1 Der untere Rand von Reklamen, die von der Fassade abstehen, muss in der Regel vom Boden einen Abstand von mindestens 250 cm aufweisen.

2 Quer abstehende Reklamen dürfen in keinem Fall mehr als 140 cm von der Gebäudefassade vorspringen.

§ 21 Zentren, Hochhäuser usw.

1 Bei Einkaufszentren, Hochhäusern oder ähnlichen baulichen Anlagen, in denen sich eine Vielzahl von Betrieben befindet, können Firmenanschriften für den ganzen Gebäudekomplex in geeigneter Form (Reklameturm, Firmensignete usw.) zusammengefasst werden.

2 Zentrumsbezeichnungen gelten als Firmenanschriften.

§ 22 Ausnahme

1 Aus wichtigen Gründen können Ausnahmen von einzelnen Reklamevorschriften bewilligt werden, sofern dadurch keine öffentlichen Interessen beeinträchtigt werden.

2 ... 11

IV. SPEZIELLE BESTIMMUNGEN FÜR EINZELNE REKLAMEARTEN

§ 23 Firmenanschrift

1 Je Betrieb und Fassade können eine Reklame flach an der Fassade und eine quer von der Fassade abstehende selbstleuchtende oder unbeleuchtete Reklame bewilligt werden.

2 Aus besonderen Gründen, wie überragende Gebäudegrösse, mehrere Kundeneingänge, Lauben usw. kann mehr als eine Firmenanschrift je Fassade bewilligt werden.

3 Anstelle der entsprechenden Fassadenreklame kann je Betrieb eine freistehende Reklame oder ausnahmsweise eine Dachreklame bewilligt werden, sofern eine solche aus ästhetischen oder anderen Gründen vorzuziehen ist.

4 Anstelle einer Firmenanschrift kann für Produkte oder Dienstleistungen geworben werden.

§ 24 Eigenreklamen

1. allgemein

1 Je Betrieb kann eine Eigenreklame an der Fassade oder anstelle einer Firmenanschrift quer zur Fassade oder in Kombination mit einer Firmenanschrift an beziehungsweise quer zur Fassade bewilligt werden.

2 Weitere Eigenreklamen können in angemessener Anzahl über Schaufenstern flach an der Fassade oder in Lauben bewilligt werden.

§ 25 2. bewegliche

Bewegliche Eigenreklamen sind nur gestattet, wenn eine Beeinträchtigung des Orts- oder Landschaftsbildes sowie von Interessen Dritter ausgeschlossen ist.

§ 26 Fremdreklamen

1 Fremdreklamen sind zulässig:

1. innerorts an den behördlich bewilligten Anschlagstellen für Plakate oder temporäre Reklamen;
2. innerorts an den Anschlagstellen für Bekanntmachungen von Behörden und Verkehrsbetrieben;
3. flach an den Fassaden von Stationsgebäuden der Verkehrsbetriebe, an Mehrzweckgebäuden für den Sport sowie innerhalb von Sportanlagen;
4. in Schaukästen für ortsansässige Betriebe ohne andere geeignete Reklamemöglichkeiten sowie für Vereine, Theater, Kinos und dergleichen.

2 Bewegliche Fremdreklamen sind nur unter den Voraussetzungen von § 25 zulässig.

§ 27 Dachreklamen

Dachreklamen sind nur ausnahmsweise und nur als Eigenreklame zulässig.

§ 28 Plakatanschlagstellen

1 Das Anbringen von Plakaten ist nur auf den bewilligten Anschlagstellen gestattet.

2 Plakatanschlagstellen können an Gebäuden, Mauern, Bauabschränkungen oder freistehend bewilligt werden. Sie sind in der Regel parallel zu den Strassen anzubringen. Sie können auch als Leuchtreklame bewilligt werden. Bei der Festsetzung des Umfangs einer Anschlagstelle ist auf die örtlichen Verhältnisse Rücksicht zu nehmen.

§ 29 Informationstafeln

1 Informationstafeln zur Aufnahme von temporären Reklamen sind nur an den bewilligten Standorten gestattet. Die Abmessungen der Informationstafeln setzt die Behörde von Fall zu Fall fest.

2 Informationstafeln können flach an einer Fassade oder Mauer, freistehend, beleuchtet oder unbeleuchtet bewilligt werden.

§ 30 Temporäre Reklamen

1 Temporäre Reklamen dürfen mit Einwilligung des Grundeigentümers auf privatem Grund oder an Gebäuden angebracht werden. Dagegen ist die Anbringung von temporären Reklamen an Bäumen verboten.

2 Temporäre Reklamen sind auch in der Form von unbeleuchteten, auch freistehenden Tafeln zulässig.

3 Für örtliche Veranstaltungen sind am Ortseingang des Veranstaltungsortes, für betriebliche auf dem Betriebsareal entsprechende Tafeln zulässig. Sie dürfen höchstens einen Monat vor der Veranstaltung aufgestellt werden.

4 Bei Grossveranstaltungen von regionaler, kantonaler oder eidgenössischer Bedeutung kann von diesen Vorschriften abgewichen werden.

5 Die Beauftragten der Gemeinde sowie die Polizeiorgane sind berechtigt, vorschriftswidrig angebrachte temporäre Reklamen unverzüglich zu entfernen; die damit verbundenen Kosten sind dem Veranstalter in Rechnung zu stellen.

6 Veranstalter, die temporäre Reklamen aushängen, sind verpflichtet, die verwendeten Werbemittel jeweils binnen drei Tagen nach Durchführung der Veranstaltung zu entfernen; bei Säumnis findet Absatz 5 sinngemäss Anwendung.

§ 31 Baureklamen ¹³

1 Baureklamen sind für die Dauer der eigentlichen Bauarbeiten zulässig. Sie sind in der Regel auf einer Tafel zusammenzufassen. Die Grösse der Tafel richtet sich nach den örtlichen Verhältnissen.

2 Baureklamen sind als Leuchtreklamen nicht zulässig.

3 Angaben über Verkauf oder Vermietung dürfen ausserhalb der Bauphase höchstens während zwölf Monaten angebracht sein. Die Grösse solcher Tafeln darf 2 m² nicht übersteigen.

V. BESONDERE BESTIMMUNGEN FÜR TANKSTELLEN UND GARAGEN

§ 32 Zweck

1 Reklamen, Markenzeichen und Beleuchtungsanlagen bei Tankstellen und Garagen haben den Zweck, die Fahrzeuglenker auf eine derartige Anlage hinzuweisen, damit die erforderlichen Fahrmanöver rechtzeitig eingeleitet

werden können.

² Zu vermeiden sind Verwechslungen mit Strassensignalen, eine erhebliche Ablenkung der Aufmerksamkeit der Fahrzeugführer von der Fahrbahn sowie jede Blendwirkung.

§ 33 Geltungsbereich

Die Vorschriften dieses Ordnungsabschnittes gelten für alle Tankstellen mit oder ohne Service- und Reparaturanlagen, Kioske und dergleichen; ausgenommen sind Tankstellen an Autobahnen, bei denen eidgenössisches Recht zur Anwendung gelangt.

§ 34 Begriffe

¹ Als Markenzeichen gelten geschützte Signete, Wappen, Buchstaben, Schriftzüge und dergleichen, soweit sie eine Treibstoff- oder Automarke zum Gegenstand haben. Den Markenzeichen gleichgestellt sind Treibstoffpreis-Angaben sowie die Angaben «offen», «geschlossen» und «Automat»; sie gelten nicht als Reklame.

² Reklamen sind alle andern irgendwie gestalteten Ankündigungen und Hinweise, wie Ankündigung eines Produktes, besonderer Dienstleistungen, von Verkaufswaren, Werbetexte usw.

§ 35 Markenzeichen

¹ Bei Tankstellen oder auf Tankstellendächern dürfen in Richtung auf den zufließenden Verkehr angebracht werden:

1. ein Markenzeichen für eine Treibstoffmarke;
2. die Markenzeichen von höchstens drei vom Tankstelleninhaber vertretenen Automarken oder Markengruppen.

² Zusätzlich zur Treibstoffmarke kann eine Tafel mit Treibstoffpreis-Angaben und eine mit der Anschrift «offen», «geschlossen» und «Automat» angebracht werden.

³ Die Markenzeichen dürfen die Sicht nicht behindern; sie müssen sich ausserhalb des Sichtfeldes befinden, das für jede Ausfahrt festzulegen ist.

⁴ Sie dürfen nicht mit lichtreflektierendem Material versehen sein.

⁵ Die Fläche von Markenzeichen darf (mit oder ohne Beleuchtung, einschliesslich Umrandung) höchstens betragen:

1. bei Treibstoffmarken 1,50 m²;
2. je Automarke 0,80 m²;
3. je Tafel «offen», «geschlossen» und «Automat» 0,40 m²;
4. bei Tafeln für die Anzeige des Treibstoffpreises 0,25 m².

⁶ Vorankündigungen von Marken sind nicht zulässig. Bei ungünstigen Sichtverhältnissen oder auf Strassen mit schnellem Verkehr kann die zuständige Behörde ausserorts das Signal «Tankstelle» aufstellen.

§ 36 Reklamen

¹ Firmenanschriften werden gemäss § 23, Eigenreklamen gemäss § 24 und § 25 bewilligt.

² Zusätzliche Reklamen und zusätzliche Markenzeichen dürfen nur auf dem Tankstellen- oder Garageareal lesbar sein.

§ 37 Beleuchtungsanzeigen **1. Grundsätze**

¹ Die Beleuchtungsanzeigen an Tankstellen einschliesslich Markenzeichen und Reklamen dürfen keine Blendung verursachen.

² Die Beleuchtung der Tankstellen und aller Ankündigungen muss ausgeschaltet werden, wenn die Tankstelle nicht bedient wird oder kein Treibstoffautomat in Betrieb steht. Flutlichtanlagen als Präventivmassnahme gegen Einbrüche sind zulässig.

§ 38 2. technische Vorschriften

¹ Auf jede unverkleidete Lichtquelle, mindestens in Richtung auf den Verkehr, ist zu verzichten.

² Bei direkter Beleuchtung sind zulässig:

1. Leuchten mit lichtstreuender Abdeckung oder mit Rasterabdeckung, allenfalls unterstützt durch bauseitige Abschirmungen in Richtung des fliessenden Verkehrs;
2. Reflektorleuchten, die bei Öffnungswinkeln von mehr als 120° zusätzlich mit Rastern versehen sein müssen.
 - 3 Bei indirekter Beleuchtung über Wände und Decken sind möglichst grosse, gleichmässig beleuchtete Flächen zum Rückwurf des Lichtes heranzuziehen.
 - 4 Die Leuchtdichte selbstleuchtender oder angestrahelter Markenzeichen, Reklamen, Ankündigungen, Transparente usw. muss der Leuchtdichte der Umgebung der Tankstelle angepasst werden.

VI. SCHUTZGEBIETE

§ 39 Einschränkungen

- 1 In Gebieten, denen aufgrund ihrer Lage, Bedeutung oder Beschaffenheit eine bestimmte Schutzwürdigkeit zukommt, können die Gemeinden die Reklamemöglichkeiten generell einschränken.
- 2 Die entsprechenden Reglemente bedürfen der Genehmigung durch den Regierungsrat.

VII. BEWILLIGUNGSVERFAHREN

§ 40 Zuständigkeit

- 1 Der Gemeinderat ist zuständig, im Rahmen der Vorschriften dieser Verordnung Reklamebewilligungen zu erteilen.
- 2 Für Reklamen im Bereich der für Motorfahrzeuge oder Fahrräder offenen Strassen hat er vorgängig die Zustimmung der Kantonspolizei einzuholen. ¹¹
- 3 Bewilligungsgesuche, die Reklamen im Bereich geschützter Ortsbilder, in der Umgebung von geschützten Kulturobjekten oder an geschützten Objekten betreffen, hat der Gemeinderat zur Stellungnahme der Fachstelle für Denkmalpflege vorzulegen, bevor er entscheidet. ¹¹

§ 41 Einleitung des Verfahrens

- 1 Das Gesuch für eine Reklamebewilligung ist bei der Gemeinde einzureichen, auf deren Gebiet sich der vorgesehene Standort der Reklame befindet.
- 2 Dem Gesuch ist eine massstäbliche Skizze mit den erforderlichen Einzelangaben über Art und Ausführung, Grösse, Farbe, Text und Anbringungsort der Reklame sowie ein Situationsplan im Massstab 1:2000, 1:1000 oder 1:500 beizulegen. Anstelle eines Situationsplanes kann eine hinreichende Fotodokumentation beigelegt werden.
- 3 Für Reklamen auf einer fremden Liegenschaft ist das Gesuch mit einer Zustimmungserklärung des Grundeigentümers zu ergänzen.

§ 42 Entscheid

- 1 Nach der genauen Abklärung des Sachverhalts sowie nach dem Vorliegen der Stellungnahmen gemäss § 40 Absätze 2 und 3 entscheidet der Gemeinderat über das Gesuch.
- 2 Reklamebewilligungen sind der Kantonspolizei und der Fachstelle für Denkmalpflege zu eröffnen, sofern sie angehört worden sind. ¹¹

§ 43 Gültigkeitsdauer der Bewilligung

Reklamebewilligungen verfallen, wenn die bewilligten Reklamen nicht innerhalb von zwei Jahren verwirklicht werden.

§ 44 Gebühren ¹¹

- 1 Für die Behandlung von Reklamegesuchen wird eine Gebühr erhoben. Diese setzt sich zusammen aus der Behandlungsgebühr der Gemeinde und gegebenenfalls jener der Kantonspolizei.
- 2 Die Behandlungsgebühr der Gemeinde richtet sich nach dem im Anhang enthaltenen Tarif, jene der Kantonspolizei nach der Vollzugsverordnung zum Gesetz über die amtlichen Kosten (Gebührenverordnung) ⁹.
- 3 Gebühren und Abgaben für die Beanspruchung öffentlichen Grundes bleiben vorbehalten.

VIII. AUFSICHT

§ 45 Zuständigkeit

Die Aufsicht über die Reklamen obliegt innerhalb des Gemeindegebietes dem Gemeinderat.

§ 46 Unterhalt der Reklamen

1 Die Reklamen sind vom Bewilligungsnehmer beziehungsweise vom Reklameinhaber ordnungsgemäss zu unterhalten.

2 Schäden sind ohne Verzug zu beheben.

§ 47 Wiederherstellung des gesetzmässigen Zustandes

1 Vorschriftswidrige, zwecklos gewordene oder schlecht unterhaltene Reklamen sind auf Anordnung des Gemeinderates vom Inhaber der Reklame oder vom Grundeigentümer zu entfernen oder den Reklamevorschriften anzupassen.

2 Verlangen nicht Sicherheitsgründe die sofortige Entfernung der Reklame, setzt der Gemeinderat dem Reklameinhaber Frist, den gesetzmässigen Zustand herzustellen oder zur Einreichung eines nachträglichen Reklamegesuches.

3 Wird die Reklame innerhalb der gesetzmässigen Frist weder entfernt noch den Vorschriften dieser Verordnung angepasst oder unterhalten, droht der Gemeinderat auf Kosten des Säumigen Ersatzvornahme an.

IX. RECHTSPFLEGE

§ 48 ... ¹⁴

§ 48a Beschwerdebefugnis ¹⁴

1 Fachstellen und Organisationen gemäss Art. 46 des Denkmalschutzgesetzes ¹⁰ sind zur Beschwerde befugt.

2 Im Übrigen richten sich das Verfahren und die Beschwerdebefugnis nach dem Verwaltungsrechtspflegegesetz ⁵.

X. STRAFBESTIMMUNG, ERSATZVORNAHME

§ 49 Widerhandlungen

Unter Vorbehalt besonderer gesetzlicher Bestimmungen werden Widerhandlungen gegen Vorschriften dieser Verordnung und der gestützt darauf erlassenen Verfügungen und Entscheide oder gegen an eine Bewilligung geknüpfte Bedingungen und Auflagen mit Busse ¹² bestraft.

§ 50 Ersatzvornahme

1 Kann eine rechtswidrig angebrachte Reklame aufgrund dieser Verordnung nicht bewilligt werden, ist deren Entfernung anzuordnen, verbunden mit einer entsprechenden Strafandrohung bei Nichtbefolgung. Leistet der Verantwortliche dieser Aufforderung keine Folge, wird Strafanzeige erstattet und die Reklame amtlich auf Kosten des Verantwortlichen entfernt.

2 Rechtskräftige Kostenverfügungen sind einem vollstreckbaren Gerichtsurteil im Sinne von Art. 80 des Bundesgesetzes über Schuldbetreibung und Konkurs ⁶ gleichgestellt.

XI. ÜBERGANGS- UND SCHLUSSBESTIMMUNGEN

§ 51 Besitzstandgarantie

1 Bestehende Reklamen, die den Bestimmungen dieser Verordnung nicht entsprechen, bleiben weiterhin zulässig, solange sie im Sinne von § 46 ordnungsgemäss unterhalten werden. Bei der Erneuerung einer bestehenden Reklame sind die Vorschriften dieser Verordnung einzuhalten.

2 Für bestehende Reklamen, die nach den Vorschriften dieser Verordnung zulässig sind, muss kein nachträgliches Bewilligungsverfahren durchgeführt werden.

§ 52 Rechtskraft

1 Diese Verordnung untersteht dem fakultativen Referendum; sie ist im Amtsblatt zu veröffentlichen.

2 Sie tritt gemäss Art. 46 des Organisationsgesetzes ⁷ in Kraft und ist in die Gesetzessammlung aufzunehmen.

3 Alle mit ihr in Widerspruch stehenden Bestimmungen sind aufgehoben, insbesondere die Paragraphen 8–10 der Verordnung vom 16. Dezember 1961 über den Heimatschutz ⁸.

Endnoten

- 1 A 1989, 631, 985
- 2 NG 611.1
- 3 SR 741.21
- 4 SR 742.41
- 5 NG 265.1
- 6 SR 281.1
- 7 NG 151.1 (heute aufgehoben)
- 8 A 1961, 1105
- 9 NG 265.51
- 10 NG 322.2
- 11 Fassung gemäss Landratsbeschluss vom 21. September 2005, A 2005, 1440, 1855; in Kraft seit 1. Januar 2006
- 12 Fassung gemäss Landratsbeschluss vom 25. Oktober 2006, A 2006, 1705, A 2007, 5; in Kraft seit 1. Januar 2007
- 13 Fassung gemäss Landratsbeschluss vom 22. Oktober 2008, A 2008, 2087, A 2009, 2; in Kraft seit 1. Januar 2009
- 14 Fassung gemäss Landratsbeschluss vom 27. Mai 2015, A 2015, 881, 1338; in Kraft seit 1. Januar 2016