

Reglement über das Reklamewesen in der Stadt Zug

Bericht und Antrag des Stadtrates vom 19. August 1969

Sehr geehrter Herr Präsident,
Sehr geehrte Herren Gemeinderäte,

I.

Das Reklamewesen im Gebiete unserer Stadtgemeinde wird durch folgende Bestimmungen geregelt:

- § 6 des Baugesetzes für die Stadtgemeinde Zug:
"Der Einwohnerrat kann die Anbringung von Reklameschildern, Aufschriften und sonstigen Vorrichtungen zu Reklamezwecken, sowie die Bemalung der Gebäude, wodurch das Landschafts-, Orts- oder Strassenbild beeinträchtigt würde, verbieten".
- § 12 der kantonalen Verordnung über Natur- und Heimatschutz vom 23. Februar 1946:
"Das Erstellen und Halten von Reklamen aller Art ausserhalb der Ortschaften ist längs Kantons- und Gemeindestrassen in einer Entfernung bis zu 10 m vom Strassenrand verboten. Reklamen ausserhalb dieser Zone bedürfen der Bewilligung des Regierungsrates. Die Ordnung des Reklamewesens im Ortsrayon obliegt, unter Aufsicht des Regierungsrates, den Einwohner-räten".

Gestützt auf diese gesetzlichen Bestimmungen hat der Stadtrat am 7. April 1953 für die Beurteilung von Reklamen Richtlinien aufgestellt. Diese enthalten Angaben über die zulässige Anzahl der Schilder, die Grösse der abstehenden Schilder, die Montagehöhe von Reklameeinrichtungen sowie die Anzahl der zulässigen Farben. In der Altstadt und in andern schutzwürdigen Gassen und an schutzwürdigen Häusern sind Lichtreklamen grundsätzlich verboten worden. Ausnahmen können für graphisch und ästhetisch gute Lösungen erteilt werden.

Im neuen kantonalen Baugesetz vom 18. Mai 1967 werden die Gemeinden in § 17, Ziff. 6, ermächtigt, in den Bauordnungen Vorschriften über das Reklamewesen erlassen zu können.

II.

Dank der zurückhaltenden Praxis des Stadtrates im Reklamewesen, insbesondere in bezug auf Leuchtreklamen, ist eine Ueberflutung unserer Stadt durch allzu aufdringliche Leuchtreklamen verhindert worden.

Andererseits kann das Interesse der Geschäftswelt an geeigneten Aussenreklamen nicht bestritten werden. Die im Jahre 1953 erlassenen Richtlinien werden den heutigen Verhältnissen nicht mehr gerecht. Bei Neuordnung des Reklamewesens gilt es, das richtige Mass zu finden und vor allem die historischen Stadtteile sowie die Seeufergebiete vor unerwünschten Einwirkungen zu schützen. Bei der Regelung des Reklamewesens handelt es sich um einen Erlass von allgemeiner Bedeutung. Der Stadtrat ist daher der Auffassung, dass diese Materie gemäss § 25 Ziff. 6 der Gemeindeordnung in einem allgemein verbindlichen Reglement zu ordnen ist. Da das neue Baugesetz für den Kanton Zug in § 17 Ziff. 6 vorschreibt, dass die gemeindliche Bauordnung Vorschriften über das Reklamewesen enthalten soll, stellte sich die Frage, ob die Vorschriften über das Reklamewesen in die neue gemeindliche Bauordnung einzugliedern seien oder ob ein separates Reglement erlassen werden soll. Wir sind überzeugt, dass die letztgenannte Lösung besser ist. Einmal handelt es sich um eine ziemlich umfangreiche Angelegenheit. Der Reglementsentwurf umfasst 34 Paragraphen. Sodann sehen wir aus praktischen Gründen nicht vor, in die neue gemeindliche Bauordnung sämtliche Spezialerlasse des Bauwesens zu integrieren. Wir halten es für zweckmässiger, einzelne Sachgebiete durch spezielle Reglemente zu ordnen, wie dies bisher bereits der Fall war, z.B. Kanalisationswesen, Schaffung privater Parkplätze, Kehrrichtabfuhr usw. Dieses Vorgehen entspricht der regierungsrätlichen Vollziehungsverordnung zum Baugesetz vom 28. Dezember 1967, die in § 3 folgende Bestimmung enthält: "Grundsätzlich soll jede Bauordnung Bestimmungen über sämtliche in § 17 Ziffern 1 - 13 des Baugesetzes aufgezählten Sachbereiche enthalten, sofern dieselben nicht in besonderen Reglementen geordnet werden."

III.

Zum Reglementsentwurf geben wir folgende ergänzende Begründungen und Erläuterungen:

Die §§ 1 - 16 des ersten Abschnittes regeln die allgemeinen Grundsätze. Alle Aussenreklamen von einer bestimmten Grösse an, mit unterschiedlicher Regelung für leuchtende und nichtleuchtende Reklamen und für privaten oder öffentlichen Grund, sollen in Zukunft bewilligungspflichtig sein. Kleinere Reklamen haben nur einen unbedeutenden Einfluss auf das Strassen- und Stadtbild; sie werden daher gemäss § 2 von der Bewilligungspflicht ausgenommen. Zweck der Bewilligungspflicht ist der Schutz des Stadtbildes und die Gewährleistung einer einheitlichen Praxis.

§ 3 gibt dem Stadtrat die rechtliche Grundlage, Reklameeinrichtungen, die das Landschafts-, Orts- oder Strassenbild in erheblichem Masse beeinträchtigen, verbieten und für historisch wertvolle Gebäude besondere Richtlinien erlassen zu können. Die §§ 4 - 6 regeln die normalerweise zulässige Anzahl der Leuchtreklamen pro Geschäft, deren Montagehöhe und die Zahl der zulässigen Farben. Die verhältnismässig strenge Regelung dieser Punkte ist im Interesse schöner Strassenbilder notwendig. Das Verbot von Fremdreklamen (§ 7) soll verhindern, dass aus reiner Geldgier alle nur denkbaren Gebäudeflächen für das Anbringen irgendwelcher Reklamen vermietet werden. § 8 be-

fasst sich mit den Flaggen und Fahnen, die im Uebermass und zur Unzeit verwendet dem Stadtbild ebenfalls abträglich sein können.

Ueber das Aufstellen von Plakatwänden auf öffentlichem Grund besteht seit Jahrzehnten mit der Allgemeinen Plakatgesellschaft eine vertragliche Regelung. Der zurzeit geltende Vertrag datiert vom 25. April 1966. Die mit der Allgemeinen Plakatgesellschaft getroffene Regelung hat sich im allgemeinen bewährt. Die Anschlagstellen werden vom Stadtrat auf Antrag des Polizeiamtes festgelegt.

Im Interesse der Verkehrssicherheit, des Strassen- und Platzbildes sowie einer einheitlichen Praxis in der ganzen Stadt statuiert § 9 die Bewilligungspflicht von Plakatwänden auch auf privatem Grund. Sich bewegende oder ändernde Reklamen stören die Ruhe des Stadt- und Strassenbildes und sind daher unerwünscht. Sie sollen gemäss § 10 in unserer Stadt vollständig verboten werden. § 11 zählt jene Reklameeinrichtungen auf, die wegen Gefährdung der Verkehrssicherheit verboten werden müssen. Auf Dächer gemalte Reklamen oder aus dem Bedachungsmaterial gebildete Schriften und Zeichen beeinträchtigen das Stadt- und Landschaftsbild besonders stark und sollen gemäss § 12 im ganzen Stadtgebiet verboten werden. § 13 stellt das Beleuchten von Fassaden zu Reklamezwecken unter Bewilligungspflicht. Grossformatige Projektionen auf Fassaden stören das Stadtbild und werden in § 14 verboten. Untersagt wird des weitern der Betrieb von Televisionsapparaten (§ 15) in Schaufenstern, sofern dadurch der Verkehr auf den öffentlichen Trottoirs durch die Zuschauer gestört wird. § 16 soll speziellen, zeitlich begrenzten Bedürfnissen, wie Geschäftseröffnungen, Ausverkäufen, Weihnachtsverkauf usw., Rechnung tragen.

Der zweite Abschnitt regelt die Zoneneinteilung, wobei gemäss § 17 sieben Zonen vorgesehen sind. Die §§ 18 - 24 dienen der genauen Abgrenzung der einzelnen Zonen. Lage und Umgrenzung der Zonen sind aus dem beiliegenden Plan ersichtlich.

Die sieben Paragraphen des dritten Abschnittes (§§ 25 - 31) enthalten die speziellen Zonenvorschriften.

§ 32 des vierten Abschnittes, welcher die Schluss- und Uebergangsbestimmungen enthält, ermächtigt den Stadtrat, Ausnahmen zu gestatten. Da es unmöglich ist, in einem Reglement alle vorkommenden Fälle zu regeln, ist es notwendig, dem Stadtrat diese Kompetenz einzuräumen. Sie gibt dem Stadtrat auch die Möglichkeit, Härten, welche durch die Zonenabgrenzung oder durch andere Umstände entstehen, mildern zu können. Der Stadtrat wird von seiner Ermächtigung mit Zurückhaltung Gebrauch machen. In § 33 wird festgelegt, dass Reklameeinrichtungen, welche den neuen Vorschriften widersprechen, innerhalb von zwei Jahren nach Inkrafttreten des Reglementes anzupassen oder zu entfernen sind, wobei Reklamen mit nur geringfügigen Abweichungen vom Stadtrat bewilligt werden können.

Antrag:

Wir beantragen Ihnen, auf die Vorlage einzutreten und das Reglement über das Reklamewesen in der Stadt Zug zu genehmigen.

Zug, 19. August 1969

DER STADTRAT VON ZUG

Der Stadtpräsident: Der Stadtschreiber:
R. Wiesendanger i.V. H. Bieri

Reglement über das Reklamewesen

Bericht und Antrag der Spezialkommission vom 7. August 1970

Sehr geehrter Herr Präsident,
Sehr geehrte Herren Gemeinderäte,

Sie haben den Entwurf zu einem Reglement über das Reklamewesen zusammen mit dem Bericht und Antrag des Stadtrates (Vorlage Nr. 192) einer siebengliedrigen Spezialkommission zur Vorberatung und Antragstellung überwiesen. Die Spezialkommission hat die Vorlage in drei Sitzungen behandelt und verabschiedet. Wir beehren uns, Ihnen den nachstehenden Bericht und Antrag zu unterbreiten.

I. Allgemeines und Eintretensdebatte

1. Es ist vorerst grundsätzlich festzuhalten, dass zur Zeit eine rudimentäre gesetzliche Regelung über das Reklamewesen für die Stadt Zug besteht. Der Stadtrat von Zug hat am 7.4.1953 Richtlinien für die Beurteilung und Bewilligung von Reklamen erlassen. Diese Richtlinien sind in fünf summarischen Paragraphen umschrieben und enthalten Angaben über Grösse, Montagehöhe und Farbgestaltung der Reklamen und ferner gewisse Einschränkungen bei Anbringung solcher im Altstadtgebiet. Diese Richtlinien stützen sich auf § 6 des städtischen Baugesetzes und auf § 12 der kt. Verordnung über Natur- und Heimatschutz vom 23.2.1946. Nach dem neuen kt. Baugesetz vom 18.5.1967 sind die Gemeinden ermächtigt, Vorschriften über das Reklamewesen zu erlassen.
2. In der Eintretensdebatte wurde vor allem die Frage der Notwendigkeit und Zweckmässigkeit des Erlasses eines neuen umfassenden Reglementes erörtert. Sowohl die Notwendigkeit wie auch die Zweckmässigkeit einer Neuregelung ist von der Spezialkommission mehrheitlich bejaht worden. Sinn und Zweck des neuen Reglementes kann in folgenden Punkten kurz zusammengefasst werden:
 - a) Es geht im wesentlichen darum, durch ein neues Reglement dem in den letzten Jahren stark entwickelten Reklamewesen in Gestaltung und Intensität angemessen Einhalt zu gebieten und in vernünftige Bahnen zu lenken.
 - b) Das Gebiet der Altstadt, die Seeuferzone, die Fassaden schöner oder historischer Häuser, die Umgebung von Plätzen und Denkmälern sollen vor einer übermässigen oder schreienden Reklame geschützt werden.
 - c) Das neue Reklamereglement bezweckt ferner die Schaffung einer für die Geschäftswelt sowie für die bewilligende Behörde klare und eindeutige Rechtsgrundlage. Im Reglement soll jedem Interessenten zum vornherein die Möglichkeiten

und Grenzen der Anbringung von Reklamen klar aufgezeigt werden, damit Ermessensentscheide und Ausnahmegewilligungen auf das absolute Minimum reduziert werden.

Gemeinderat Hagenbuch bezweifelte die Notwendigkeit einer neuen weitergehenden Reglementierung. Die Praxis des Stadtrates in der Erteilung von Bewilligungen sei bis heute sehr massvoll und von einer Zurückhaltung gewesen, die Auswüchse verhindert haben.

In der Tat könne man im Weichbild der Stadt keine unangebrachten oder störenden Reklamen feststellen. Es frägt sich daher, ob man es nicht besser beim Alten bewenden lassen solle, nachdem doch das neue Reglement offensichtlich keinen vordringlichen Charakter aufweise und man mit der bisherigen Regelung gute Erfahrungen gemacht habe. Gemeinderat Hagenbuch vertritt ferner die Auffassung, dass der Spezialkommission die fachlichen Voraussetzungen fehlen, um in dieser Materie objektiv urteilen zu können. Wenn es auch glücklicherweise zutrifft, dass die bisherige Praxis aufgrund der geltenden Ordnung zu keinerlei Auswüchsen geführt habe, so muss doch festgehalten werden, dass dieses neue Reglement der enormen Entwicklung auf dem Gebiet der Reklame Rechnung tragen will und dieses Reglement vorab auch für die Zukunft gedacht ist. Darüber hinaus ist es unerlässlich, dass Reklamefachleute und Gewerbetreibende eine rechtlich klare Handhabe über die Möglichkeiten und Grenzen der Anbringung einer Reklame besitzen, an welcher aber andererseits auch der Stadtrat als bewilligende Behörde gebunden ist.

Es ist ferner zu erwähnen, dass der Rabattverein der Stadt Zug in einer ausführlichen Eingabe zum neuen Reglement Stellung genommen hat. Diese Stellungnahme hat sich nicht in negativer Kritik erschöpft. Im Gegenteil. Der Erlass eines solchen Reglementes wird in dieser Eingabe begrüsst und die darin entwickelten Gedanken und konstruktiven Vorschläge sind von der Spezialkommission positiv gewürdigt und zum Teil auch übernommen worden.

Nach eingehender Diskussion beschloss die Spezialkommission mit 6 gegen eine Stimme Eintreten auf die Vorlage.

II. Detailberatung

Zu § 1 und 2

In der Neufassung ist lediglich von Altstadtzone die Rede. Die Bezeichnung Altstadtzone I und II ist von der Kommission als unzweckmässig fallen gelassen und durch folgende Bezeichnungen ersetzt worden: "Altstadtzone" und "Zone innerhalb der äusseren Ringmauer". Ueber diese Bezeichnung werden wir noch weiter unten bei § 17 zurückkommen.

Zu § 3

Dem Stadtrat wird als Bewilligungsbehörde die Kompetenz erteilt, Reklamen, die das Landschafts- und Ortsbild oder das Seeufer beeinträchtigen, zu verbieten oder in bestimmten Grenzfällen besondere Auflagen zu machen. Gemeinderat Marcel Kunz vertrat die

Auffassung, der Stadtrat sei kaum als kompetent zu erachten, grundsätzlich über diese Materie zu entscheiden, und postulierte die Schaffung eines Gremiums aus Architekten, Grafikern und Reklameberatern, welches über die Gesuche entscheiden sollte. Dieser Antrag wurde von der Kommission mehrheitlich abgelehnt in der Ueberzeugung, dass eine solche Sonderkommission schwerfällig wäre, und deren Tätigkeit wegen der unweigerlich verschiedenen Geschmacksrichtungen zu fruchtlosen Auseinandersetzungen führen würde und kaum jene einheitliche Linie erreicht werden könnte, die gerade im Reklamewesen unerlässlich ist. Dem Stadtrat ist es im übrigen unbenommen, in besonders kritischen Fällen einen Experten beizuziehen.

Zu § 5

Die Tendenz dieser Vorschrift geht dahin, Reklamen im Bereich von 5 m über das Trottoirniveau zu halten und zu verhindern, dass in oberen und obersten Stockwerken Reklamen angebracht werden, die nicht nur visuell stören, schwerer erfassbar sind, sondern auch eine Störung der in Wohngebieten lebenden Personen zu verhindern. Von dieser strengen Vorschrift sind Abweichungen in der Geschäfts-, Gewerbe- und Industriezone vorgesehen.

Zu § 6

Mit Bezug auf die Farbgestaltung einer Reklame hat die Kommission beschlossen, in der Neufassung des Reglementes neben schwarz und weiss drei anstatt zwei weitere Farben zuzulassen.

Zu § 7

Fremdreklamen sind solche, die sich nicht direkt auf den Geschäftsinhaber oder auf einen von diesem geführten Produkt oder Artikel beziehen. Solche Fremdreklamen sind nur in der Geschäfts-, Gewerbe- und Industriezone zuzulassen. Man will dadurch der Tendenz vorbeugen, auf einer Fassade eine Häufung verschiedenartiger Reklamen zu dulden, die keiner Notwendigkeit entsprechen und höchstens eine zusätzliche Einnahmequelle für einen Hausinhaber bedeuten würden.

Zu § 10 und § 14

Entgegen der ursprünglichen Fassung hat die Kommission beschlossen, sich bewegende Reklameeinrichtungen zuzulassen. Dasselbe gilt für die Projektion von Bildern auf Fassaden zu geschäftlicher Werbung. Beide Arten von Reklamen stehen jedoch unter Be-
willigungspflicht.

Zu § 17

Zu einer längeren Auseinandersetzung gab die Zoneneinteilung Anlass. Für das Altstadtgebiet wurde die Bezeichnung "Altstadtzone" und "Zone innerhalb der äusseren Ringmauer" gewählt. Als überflüssig gestrichen wurde die "Dorfkernzone Oberwil". In dieser Bestimmung wird neu erwähnt, dass der Zonenplan als integrierender Bestandteil des Reglementes gilt.

Zu § 18

Das Marginale dieses Paragraphen heisst inskünftig nicht "Altstadtzone I" sondern lediglich "Altstadtzone".

Zu § 19

Anstelle von Altstadtzone II wurde die Bezeichnung "Zone innerhalb der äusseren Ringmauer" erwähnt. Diese Bestimmung ist im übrigen unverändert geblieben mit der Ausnahme, dass der Schutzstreifen nicht mehr in Metern begrenzt wird.

Zu § 22 alt

§ 22 der alten Fassung, welcher die Dorfkernzone Oberwil umschreibt, wurde als überflüssig fallen gelassen und gestrichen.

Zu § 22 neu

Die in der alten Fassung umschriebene Seeuferzone wurde als unklar gestrichen und neu formuliert. Als Seeuferzone gelten die im Zonenplan ausgeschiedenen Flächen.

Zu § 25

In der neuen Fassung (vgl. § 26 alt) ist eine Korrektur angebracht worden, indem das Flächenmass für freistehende oder abstehende Reklamen von 0,7 m² auf 1 m² erhöht wurde, während die Ausladung für abstehende Reklamen auf 1 m herabgesetzt wurde. Keine besonderen Einschränkungen erfahren die nicht leuchtenden Reklamen. Beigefügt wurde noch die Formulierung, dass auf wertvolle historische Bauten und Plätze besondere Rücksicht zu nehmen ist.

Zu § 26

Paragraph 26 ist in der alten Fassung (§ 27) unverändert übernommen worden, mit der Ausnahme, dass die Fläche abstehender Reklamen von 1,2 m² auf 1,5 m² erhöht wurde.

Zu § 30 alt

Die besonderen Vorschriften für die Dorfkernzone Oberwil wurden gestrichen, da diese Zoneneinteilung (§ 22 alt) fallen gelassen worden ist.

Die Schluss- und Uebergangsbestimmungen erhalten die neue Nummerierung § 30 bis 32.

Paragraph 31, der innert zwei Jahren die Entfernung von Reklamen, die gegen dieses Reglement verstossen, vorsieht, dürfte zu keinerlei Besorgnis Anlass geben, da aufgrund der bisherigen sehr zurückhaltenden Praxis solche Fälle kaum auftreten dürften.

In der Schlussabstimmung wurde das Reglement mit den erwähnten Abänderungen mit sechs Stimmen gegen eine Enthaltung gutgeheissen.

Aufgrund der Beratungen der Spezialkommission beantragen wir Ihnen:

Es sei auf die Vorlage des Stadtrates betr. Reglement über das Reklamewesen einzutreten und ihr mit den von der Spezialkommission beschlossenen Abänderungen zuzustimmen.

Genehmigen Sie, sehr geehrter Herr Präsident, sehr geehrte Herren Gemeinderäte, den Ausdruck unserer

vollkommenen Wertschätzung

Im Namen der Spezialkommission:

Der Präsident: Dr. A. Planzer

Mitglieder der Spezialkommission:

Dr. Antonio Planzer, Präsident

Hans Brog

Emil Hagenbuch

Marcel Kunz

Hansruedi von Rotz

Josef Stöckli

Alfred Urfer

Reglement über das Reklamewesen

Bericht und Antrag des Stadtrates vom 27. April 1970

Sehr geehrter Herr Präsident,
Sehr geehrte Herren Gemeinderäte,

Nach der nochmaligen Durchsicht der von der Kommission verabschiedeten bereinigten Fassung des Reklamereglementes durch die Organe des Bauamtes ergab sich, dass die §§ 2, 5 und 17 einer Präzision oder Ergänzung bedürfen. Sie finden unsere Anträge in der Kolonne rechts. Links stehen die Vorschläge der Kommission. Mit Ausnahme der vorerwähnten drei Paragraphen stimmen wir der von der Kommission vorgeschlagenen Fassung zu.

1. Aenderungsantrag zu § 2

Vorschlag der Kommission:

Antrag des Stadtrates:

Nicht bewilligungspflichtige Reklamen

Ausserhalb der Altstadtzone sind nicht bewilligungspflichtig:

- Nichtleuchtende Reklamen auf privatem Grund bis zu einem Ausmass von 100 cm x 50 cm;
- auf Fassaden angebrachte Schriftbänder bis zu 4 m Länge und 40 cm Höhe;
- einfache, vom Gebäude abstehende Firmentafeln über städtischem Grund bis zu einem Ausmass von 70 cm x 35 cm;
- Leuchtreklamen über privatem Grund bis zum Ausmass von 70 cm x 35 cm.

- auf Fassaden angebrachte nichtleuchtende Schriftbänder bis zu 4m Länge und 40 cm Höhe;

- einfache, vom Gebäude abstehende nichtleuchtende Firmentafeln über städtischem Grund bis zu einem Ausmass von 70 cm x 35 cm;

Vorbehalten bleiben die nachstehenden Bestimmungen.

Begründung

Es handelt sich um eine Klarstellung, die allfällige Zweifel ausschliesst.

2. Aenderungsantrag zu § 5

Vorschlag der Kommission:

Antrag des Stadtrates:

Montage-
höhe

Die Reklamen dürfen nicht höher als bis höchstens 5 m über Trottoir- oder Strassenniveau angebracht werden. Vorbehalten bleiben die §§ 24 - 27. Der Abstand vom Trottoir- oder Strassenniveau bis Unterkant Reklame hat mindestens 2,4 m zu betragen.

.... die § 24 - 27.

Für abstehende Reklamen über Trottoirs muss der senkrechte Abstand vom Trottoirniveau mindestens 2,4 m und der horizontale Abstand vom Fahrbahnrand mindestens 0,5 m betragen.

Für abstehende Reklamen über der Fahrbahn muss der senkrechte Abstand vom Strassenniveau mindestens 4,2 m betragen.

Begründung

Die Ergänzung trägt der Tatsache Rechnung, dass es Strassen ohne Trottoirs gibt und die gesetzlich erlaubte Ladehöhe für Lastwagen 4 m beträgt. Ferner erweist es sich als notwendig, für Reklamen über Trottoirs einen horizontalen Abstand zum Fahrbahnrand von mindestens 0,5 m vorzuschreiben, da sonst die Gefahr bestehen würde, dass Reklamen von über 2,4 m hohen Fahrzeugen weggerissen werden könnten.

3. Aenderungsantrag zu § 17

Vorschlag der Kommission:

Antrag des Stadtrates:

Zonen

Das Gebiet der Stadtgemeinde Zug wird inbezug auf das Reklamewesen in 6 Zonen eingeteilt, nämlich:

.... nämlich:

Altstadtzone
Zone innerhalb der äusseren Ringmauer
Geschäftszone
Gewerbe- und Industriezone
Seeuferzone
Restliches Gemeindegebiet

Altstadtzone A
Altstadtzone B

....

Begründung

Die Bezeichnung "Zone innerhalb der äusseren Ringmauer" ist irreführend, da die äussere Ringmauer auch den Altstadtkern, d.h. den von der Kommission mit "Altstadtzone" bezeichneten ältesten Stadtteil am See, in sich schliesst. Dieser älteste Stadtteil wird aber im Reglement separat behandelt. Richtigerweise müsste es also heissen: "Zone zwischen der Altstadtzone, d.h. dem ältesten Stadtteil am See, und der äusseren Ringmauer". Wir schlagen

Ihnen vor, den ältesten Stadtteil am See mit "Altstadtzone A" und die erweiterte Altstadt bis zur äusseren Ringmauer mit "Altstadtzone B" zu bezeichnen. Das Gebiet zwischen dem ältesten Stadtteil am See und der inneren Ringmauer gehört nämlich historisch auch zur Altstadt. Für diese Unterteilung hat sich ebenfalls das Arbeitskollegium Altstadt Zug, bestehend aus den Herren Stadtrat A. Sidler, Dr. G. Bösch, Dr. P. Aschwanden, Korporationspräsident K. Hess, A. Merz, A. Ufer, Stadttingenieur H. Schnurrenberger, lic.iur. H. Bieri und R. Kaegi, entschieden. Die genannte Kommission hatte den Auftrag, den Entwurf eines Baureglementes für die Altstadt Zug auszuarbeiten.

Die vorgeschlagene neue Unterteilung in Altstadtzone A und Altstadtzone B erfordert eine entsprechende Anpassung des Textes und der Marginalien der §§ 18, 19, 24, 25 und 28.

Antrag:

Wir beantragen Ihnen, den Aenderungen der §§ 2, 5, 17, 18, 19, 24, 25 und 28 im Sinne der von uns vorgeschlagenen Präzisierungen und Ergänzungen zuzustimmen.

Zug, 27. April 1970

DER STADTRAT VON ZUG

Der Stadtpräsident:	Der Stadtschreiber:
R. Wiesendanger	i.V. H. Bieri

Reglement über das Reklamewesen

Der Grosse Gemeinderat von Zug

erlässt,

gestützt auf § 6 des Baugesetzes für die Stadtgemeinde von Zug vom 27. November 1923, § 12 der kantonalen Verordnung über Natur- und Heimatschutz vom 23. Februar 1946, der Verordnung über die Strassensignalisation vom 31. Mai 1963 sowie § 25 der Gemeindeordnung der Stadt Zug vom 1. April 1962, folgendes

Reglement:

I. Geltungsbereich, Begriffsumschreibung

§ 1

Geltungsbereich Die Bestimmungen dieses Reglementes gelten für alle Reklameeinrichtungen auf dem Gebiet der Stadt Zug.

§ 2

Begriffsumschreibung Reklamen sind alle durch Schrift, Form, Farbe, Ton, Ausleuchtung oder andere Mittel der Werbung dienende Vorkehrungen und Einrichtungen.

§ 3

Reklamearten Eigenreklamen umfassen die Bezeichnung der eigenen Firma, des eigenen Hauptproduktes oder der eigenen Hauptdienstleistung.
Fremdreklamen umfassen die Werbung für Betriebe, die sich nicht am Ort der Reklame befinden oder für Waren, die dort weder produziert, noch vertrieben oder vermittelt werden.
Betriebswegweiser sind kleindimensionierte, nichtleuchtende Hinweistafeln, die auf schwer auffindbare Betriebe aufmerksam machen im Sinne der eidgenössischen Verordnung über die Strassensignalisation vom 31. Mai 1963.

II. Allgemeine Bestimmungen

§ 4

Verbotene
Reklamen

Nicht gestattet sind:

- Reklamen, welche das Landschafts-, Orts-, Platz- oder Strassenbild in erheblichem Masse stören sowie die Verkehrssicherheit beeinträchtigen (§ 12 der kantonalen Verordnung über Natur- und Heimatschutz vom 23. Februar 1946, Art. 6 SVG und Art. 80 VSS)
- Reklamen, die in Text, Farbe oder Beleuchtung intermittieren
- Reklamen mittels Projektion von Schriften oder Bildern auf Fassaden zu geschäftlicher Werbung
- Reklamen an öffentlichen Einrichtungen und Laternen, Kandelabern, Brücken, Geländern usw. sowie in öffentlichen Anlagen
- Abstehende Reklamen an Erkern und Balkonen, die in den öffentlichen Luftraum hineinragen
- Akustische Reklamen
- Reklamen durch den Betrieb von TV- und Projektionsapparaten usw. in Schaufenstern, ausgenommen wenn genügend privater Grund und Boden für das Publikum vorhanden ist und die Verkehrssicherheit nicht beeinträchtigt wird.
- Reklamen, die durch Form und Farbe zu Verwechslungen mit Verkehrssignalen oder Markierungen Anlass geben (Art. 6 SVG)

Vorbehalten bleiben die Bestimmungen der einzelnen Zonen

§ 5

Bewilligungs-
pflichtige
Reklamen

Bewilligungspflichtig sind:

- Sämtliche an Gebäuden angebrachte und freistehende Reklamen
- Das Anbringen von Plakatwänden auf privatem Grund
- Das Anleuchten von Fassaden zu Reklamezwecken

- Sich langsam bewegende unbeleuchtete oder selbstleuchtende Reklamen
- Das Verwenden von Schweizer-, Kantons- oder Gemeindefahnen sowie von ausländischen oder Fantasiefahnen zu Reklamezwecken

§ 6

Reklamen an historisch wertvollen Gebäuden und Plätzen

Ueber Reklamen an historisch wertvollen Gebäuden oder an historisch bedeutenden Plätzen entscheidet der Stadtrat im Einzelfalle.

§ 7

Vermeiden der Verkehrsgefährdung

Die Reklamen müssen so angebracht werden, dass sie weder durch Herabfallen noch durch den Höhenabstand vom Trottoir eine Verkehrsgefährdung oder ein Verkehrshindernis bilden können. Sie müssen mindestens 50 cm von der Trottoirkante zurückliegen. Der Abstand vom Trottoir- oder Strassenniveau bis Unterkant Reklame hat mindestens 2,5 m zu betragen.

§ 8

Anzahl Reklamen

Pro Geschäft und Fassade dürfen nur je eine auf der Fassade angebrachte und eine abstehende Reklame bewilligt werden.

§ 9

Ausmasse

Inbezug auf die Ausmasse der Reklamen wird auf die Bestimmungen der einzelnen Zonen hingewiesen.

III. Zoneneinteilung

§ 10

Zonen

Das Gebiet der Stadt Zug wird inbezug auf das Reklamewesen in vier Zonen eingeteilt:

Zone A: Aeltester Stadtteil am See (Fischmarkt, Unter- und Oberaltstadt)

Zone B: Uebrigtes Altstadtgebiet innerhalb der äusseren Ringmauer

Zone C: Uebrigtes Siedlungsgebiet gemäss Stadtplanung

Zone D: Uebrigtes Gemeindegebiet gemäss Stadtplanung

Die unter Abschnitt II aufgeführten allgemeinen Bestimmungen gelten für sämtliche Zonen, soweit in den Zonen A, B, C und D nicht weitere einschränkende Bestimmungen festgelegt sind.

IV. Zone A

§ 11

Gestaltung

Alle Reklamen haben in der Gestaltung und im Schrifttyp dem Altstadtcharakter besonders Rechnung zu tragen.

§ 12

Verbotene Reklamen

Nicht gestattet sind:

- Selbstleuchtende Reklamekasten
- Selbstleuchtende Reklamen, ausgenommen von hinten angeleuchtete Buchstaben und Signete
- Freistehende Reklamen
- Fremdreklamen
- Sich langsam bewegende, unbeleuchtete oder selbstleuchtende Reklamen

§ 13

Reklamen auf Fassaden

Auf Fassaden angebrachte Reklamen sind nur bis Unterkant der Fensterreihen des zweiten Geschosses gestattet. Sie sind in ihren Proportionen und in ihrer Anordnung den Ausmassen der Fassade anzupassen, dürfen aber ein Flächenmass von 1,5 m² nicht überschreiten.

§ 14

Abstehende
Reklamen

Abstehende Reklamen sind nur gestattet, wenn sie einen kunsthandwerklichen Wert besitzen (z.B. handgeschmiedete Wirtshaus- oder Handwerkerschilder).

Abstehende Reklamen sind in ihren Proportionen und ihrer Anordnung den Ausmassen der Fassade anzupassen, dürfen aber ein Flächenmass von 1 m² nicht überschreiten.

Für abstehende Reklamen darf die Ausladung max 1 Meter betragen.

V. Zone B

§ 15

Verbotene
Reklamen

Nicht gestattet sind:

- Selbstleuchtende, auf Fassaden angebrachte Reklamekasten
- Freistehende Reklamen
- Sich langsam bewegende, unbeleuchtete oder selbstleuchtende Reklamen

§ 16

Reklamen
auf Fassaden

Auf Fassaden angebrachte Reklamen sind nur bis Unterkant der Fensterreihe des dritten Geschosses gestattet. Sie sind in ihren Proportionen und in ihrer Anordnung den Ausmassen der Fassade anzupassen, dürfen aber ein Flächenmass von 2 m² nicht überschreiten.

§ 17

Abstehende
Reklamen

Abstehende Reklamen sind in ihren Proportionen und ihrer Anordnung den Ausmassen der Fassade anzupassen, dürfen aber ein Flächenmass von 1,2 m² nicht überschreiten.

Für abstehende Reklamen darf die Ausladung max. 1,2 Meter betragen.

VI. Zone C

§ 18

Reklamen auf
Fassaden

Auf Fassaden angebrachte Reklamen sind in ihren Proportionen und in ihrer Anordnung den Ausmassen der Fassaden anzupassen, dürfen aber ein Flächenmass von 4 m² nicht überschreiten.

§ 19

Abstehende
Reklamen

Abstehende Reklamen sind in ihren Proportionen und in ihrer Anordnung den Ausmassen der Fassade anzupassen, dürfen aber ein Flächenmass von 2 m² nicht überschreiten.

Für abstehende Reklamen darf die Ausladung max. 1,5 Meter betragen.

§ 20

Freistehende
Leucht-
reklamen

Freistehende Leuchtreklamen sind nur parallel zur Fahrbahn gestattet.

Bei Einkaufszentren und Geschäftshochhäusern, in denen sich mehrere Betriebe befinden, können die Reklamen in einem Reklameturm zusammengefasst werden. An diesem sind Fremdreklamen nicht zulässig.

VII. Zone D

§ 21

Uebrig
Gemeindegebiet

Im übrigen Gemeindegebiet gemäss Stadtplanung sind Reklamen grundsätzlich verboten. Ausnahmen können in begründeten Fällen durch den Stadtrat bewilligt werden. In Bezug auf die Ausmasse der Reklamen gelten die Bestimmungen der Zone B.

VIII. Bewilligungsverfahren

§ 22

Bewilligungsverfahren

Bewilligungsgesuche für Reklamen sind beim Bauamt einzureichen.

Das Gesuch hat Angaben über Art, Ausmasse und Standort zu enthalten. Als Planunterlagen sind beizulegen:

Fassadenplan 1:50 oder 1:100 und bei abstehenden Reklamen Schnitt 1:50 oder 1:100, beide mit Einzeichnung der Reklame. Ferner Detailskizze mit genauen Massen, aus der die farbige Gestaltung ersichtlich sein muss.

Sämtliche Gesuche sind inbezug auf die Beeinträchtigung der Verkehrssicherheit vom Polizeiinspektorat zu überprüfen.

Die Bewilligung wird vom Stadtrat erteilt.

§ 23

Erlöschen und Widerruf

Die Bewilligung erlischt bei Geschäftsaufgabe. Der Stadtrat kann Bewilligungen widerrufen, wenn die an die Erteilung der Bewilligung geknüpften Voraussetzungen dahinfallen, oder wenn die Reklame nicht ordnungsgemäss unterhalten wird.

§ 24

Entfernung nicht bewilligter Reklamen

Nichtbewilligte Reklamen sind auf Weisung des Stadtrates vom Verantwortlichen innert angemessener Frist zu entfernen. Leistet er dieser Aufforderung keine Folge, so ist gemäss Art. 292 StGB vorzugehen und die Reklame unter Kostenfolge zu beseitigen.

§ 25

Entfernung beanstandeter Reklamen

Sollte eine Leuchtreklame in Bezug auf Lichtintensität oder Farbe Grund zu Beanstandungen geben, kann der Besitzer angehalten werden, diese auf eigene Kosten zu entfernen oder den öffentlichen Bedürfnissen anzupassen.

§ 26

Gebühren-
tarif

Die Bewilligungsgebühren für Reklamen richten sich nach dem Kantonsratsbeschluss über die Gebühren in Verwaltungs- und Zivilsachen.

IX. Inkrafttreten

§ 27

Inkraft-
treten

Dieses Reglement tritt, unter Vorbehalt des Referendums gemäss § 6 GO und nach Genehmigung durch den Regierungsrat sofort in Kraft. Gleichzeitig wird der Stadtratsbeschluss vom 7. April 1953 betreffend Richtlinien für Reklameschilder aufgehoben.

Zug, den

DER GROSSE GEMEINDERAT VON ZUG

Der Präsident:

Der Stadtschreiber:

Reglement über das Reklamewesen

(vom _____)

Der Große Gemeinderat

erläßt, gestützt auf § 17 des Baugesetzes für den Kanton Zug vom 18. Mai 1967, § 6 des Baugesetzes für die Stadtgemeinde Zug vom 27. November 1923, § 12 der kantonalen Verordnung über Natur- und Heimatschutz vom 23. Februar 1946, der Verordnung über die Straßensignalisation vom 31. Mai 1963 sowie § 25 der Gemeindeordnung der Stadt Zug vom 1. April 1962,

folgendes Reglement:

I. Allgemeines

§ 1. ¹Das Anbringen oder Aufstellen von Reklameeinrichtungen ist an Gebäuden oder im Freien, soweit sie die in § 2 erwähnten Masse überschreiten, auf dem ganzen Gebiet der Stadt bewilligungspflichtig.

Bewilligungspflichtige Reklamen

²In der Altstadtzone I sind sämtliche Reklameeinrichtungen bewilligungspflichtig.

²In der Altstadtzone sind sämtliche Reklameeinrichtungen bewilligungspflichtig.

§ 2. ¹Außerhalb der Altstadtzone I sind nicht bewilligungspflichtig:

Nicht bewilligungspflichtige Reklamen

— Nicht-leuchtende Reklamen auf privatem Grund bis zu einem Ausmaß von 100 cm x 50 cm;

— Auf Fassaden angebrachte Schriftbänder von weniger als 4 m Länge und 40 cm Höhe;

— Einfache, vom Gebäude abstehende Firmentafeln über städtischen Grund bis zu einem Ausmaß von 70 cm x 35 cm;

— Leuchtreklamen über privatem Grund bis zum Ausmaß von 70 cm x 35 cm.

²Vorbehalten bleiben die nachstehenden Bestimmungen.

§ 3. ¹Reklameeinrichtungen, welche das Landschafts-, Orts- oder Straßenbild in erheblichem Maße beeinträchtigen, kann der Stadtrat verbieten.

Landschafts-, Schutz des Orts- und Straßenbildes sowie historisch wertvoller Objekte

²Für Reklameeinrichtungen an historisch wertvollen Gebäuden legt der Stadtrat im Einzelfall die Richtlinien fest.

§ 4. Pro Geschäft und Hausfront können in der Regel zwei Leuchtreklamen angebracht werden, wobei nur eine Reklame von der Hausfassade quer abstehen darf.

Anzahl

§ 5. Die Reklamen dürfen nicht höher als bis zur Fensterbank des ersten Stockes oder bis höchstens 5 m über Trottoir- oder Straßenniveau angebracht werden. Vorbehalten bleiben die §§ 25 bis 28. Der Abstand vom Trottoir- oder Straßenniveau bis Unterkant Reklame hat mindestens 2,4 m zu betragen.

Montagehöhe

§ 5. Die Reklamen dürfen nicht höher als bis höchstens 5 m über Trottoir- oder Straßenniveau angebracht werden. Vorbehalten bleiben die §§ 24 bis 27. Der Abstand vom Trottoir- oder Straßenniveau bis Unterkant Reklame hat mindestens 2,4 m zu betragen.

§ 6. Bei Leuchtreklamen sind außer Schwarz und Weiß pro Reklameschild höchstens noch drei Farben zulässig.

§ 7. ¹Reklamen, die sich nicht auf den Geschäftsinhaber oder einen von diesem geführten Geschäftszweig oder Artikel beziehen, sind nur in der Geschäfts-, Gewerbe- und Industriezone gestattet. Nicht unter diese Bestimmung fallen Plakate für Veranstaltungen, Wahlen usw.

§ 10. Sich bewegende Reklameeinrichtungen oder solche, die Farben oder Texte wechseln, können im Rahmen von § 3 bewilligt werden.

§ 11. Reklamen, welche die Verkehrssicherheit gefährden, sind verboten.

§ 14. Die Projektion von Bildern auf Fassaden zu geschäftlicher Werbung ist bewilligungspflichtig.

§ 15. Der Betrieb von TV-Apparaten, Projektionsapparaten usw. in Schaufenstern, Ladeneingängen usw. ist bewilligungspflichtig, sofern nicht genügend privater Grund und Boden für das Publikum vorhanden ist.

§ 17. ¹Das Gebiet der Stadtgemeinde Zug wird in bezug auf das Reklamewesen in 6 Zonen eingeteilt, nämlich:

- Altstadtzone
- Zone innerhalb der äußeren Ringmauer
- Geschäftszone
- Gewerbe- und Industriezone
- Seeuferzone
- Restliches Gemeindegebiet

²Der Zonenplan zum Reklamereglement bildet einen integrierenden Bestandteil dieses Reglementes.

Marginalie: Altstadtzone

§ 18. Die Altstadtzone ist umgrenzt vom Seeufer, der Goldgasse, der Grabenstraße und von Seelikon.

Farben

Fremd-
reklamen

Fahnen und
Flaggen

Plakat-
wände

Sich
bewegende
Reklame-
einrichtun-
gen

Verkehr-
sicherheit

Reklamen
auf Dächern

Beleuchten
von
Fassaden

Projektion
von Bildern

Television

Provi-
sorische
Reklamen

Zonen

Altstadt
Zone I

§ 6. Bei Leuchtreklamen sind außer Schwarz und Weiß pro Reklameschild höchstens noch zwei Farben zulässig.

§ 7. ¹Reklamen, die sich nicht auf den Geschäftsinhaber oder einen von diesem geführten Geschäftszweig oder Artikel beziehen, sind untersagt. Nicht unter diese Bestimmung fallen Plakate für Veranstaltungen, Wahlen usw.

²Der Stadtrat kann in besonderen Fällen für Hinweistafeln Ausnahmen gewähren.

§ 8. Das verwenden von Flaggen, Gemeinde- oder Kantonsfahnen, von eidgenössischen, ausländischen oder Fantasie-Fahnen zu Reklamezwecken im Freien oder an Fassaden, ist nur gestattet, wenn das Orts- oder Straßenbild nicht beeinträchtigt wird.

§ 9. Wände auf privatem Grund zur Anbringung von Plakaten sind bewilligungspflichtig, sofern sie gegen Straßen oder Plätze gerichtet sind.

§ 10. Sich bewegende Reklameeinrichtungen oder solche, die Farben oder Texte wechseln, sind verboten.

§ 11. Reklamen, welche die Verkehrssicherheit gefährden, sind verboten; insbesondere sind untersagt: spiegelnd zurückstrahlende und fluoreszierende Reklamen, intermittierend leuchtende Reklamen sowie Leuchtreklamen, die zu Verwechslungen mit Verkehrssignalen Anlaß geben können.

§ 12. Auf Dächer gemalte Reklamen sowie aus dem Bedachungsmaterial gebildete Schriften und Zeichen sind verboten.

§ 13. Das Beleuchten von Fassaden zu Reklamezwecken ist Bewilligungspflichtig.

§ 14. Die Projektion von Bildern auf Fassaden zu geschäftlicher Werbung ist verboten.

§ 15. Der Betrieb von TV-Apparaten, Projektionsapparaten usw. in Schaufenstern ist bewilligungspflichtig, sofern nicht genügend privater Grund und Boden für das Publikum vorhanden ist.

§ 16. Für spezielle Anlässe, wie Ausverkäufe, Eröffnungen, Geschäftsverlegungen, Ausstellungen, Weihnachtsverkauf usw., können für die Dauer von höchstens 1 Monat pro Jahr zusätzliche Reklamen bewilligt werden.

II. Zoneneinteilung

§ 17. Das Gebiet der Stadtgemeinde Zug wird in bezug auf das Reklamewesen in 7 Zonen eingeteilt, nämlich:

- Altstadt Zone I
- Altstadt Zone II
- Geschäftszone
- Gewerbe- und Industriezone
- Seeuferzone
- Dorfkernzone Oberwil
- restliches Gemeindegebiet

§ 18. Die Altstadt Zone I ist umgrenzt vom Seeufer, der Goldgasse, der Grabenstraße und von Seelikon.

§ 19. Die Altstadt Zone II umfaßt das übrige Gebiet innerhalb der äußern Ringmauer sowie einen Schutzstreifen von 50 m Breite außerhalb der äußern Ringmauer.

§ 20. Die Geschäftszone wird umgrenzt durch Postplatz, Vorstadt, Rigistraße, Gartenstraße, Alpenstraße, Bundesstraße, Aabachstraße, SBB-Linie, Allmendweg, General-Guisan-Straße, Gubelstraße und Industriestraße in gerader Verlängerung bis zum nördlichen Tunnelportal der SBB. Zur Geschäftszone zählt ferner das Hertizentrum.

§ 21. Die Gewerbe- und Industriezone wird umgrenzt von der Gubelstraße, General-Guisan-Straße, SBB-Schleife, Industriegeleise, Gemeindegrenze Zugbaar, Göblistraße und Industriestraße.

§ 22. Die Dorfkernzone Oberwil dieses Reglementes ist identisch mit der Dorfkernzone A gemäß Bauordnung über das Quartierplangebiet Oberwil vom 8. Juli 1960.

§ 23. Als Seeuferzone gelten die direkt am See liegenden Landparzellen sowie die vom See oder Seeufer direkt einsehbaren Grundstücke.

§ 24. Als restliches Gemeindegebiet zählt jener Teil der Stadtgemeinde, der außerhalb der in den §§ 18 — 23 umschriebenen Abgrenzungen liegt.

III. Spezielle Zonenvorschriften

§ 25. In der Altstadt Zone I sind selbstleuchtende Reklamen verboten. Angeleuchtete sowie alle nichtleuchtenden Reklamen dürfen nur bewilligt werden, wenn sie das Altstadtbild nicht stören. Dem Altstadtkarakter ist besonders Rechnung zu tragen.

§ 26. In der Altstadt Zone II sind Leuchtreklamen zugelassen soweit sie in ästhetischer Hinsicht befriedigen. Abstehende und freistehende Leuchtreklamen dürfen ein Flächenmaß von 0,7 m² nicht überschreiten. Nichtleuchtende Reklamen dürfen in der Regel das Flächenmaß von 2 m² nicht überschreiten und deren Ausladung darf von der Fassade aus maximal 1 m betragen.

§ 27. In der Geschäftszone sind flach auf die Fassade angebrachte Reklamen bis Unterkant Fensterbank des 3. Stockes zulässig. Von der Fassade abstehende Reklamen dürfen bis Unterkant Fensterbank des 2. Stockes angebracht werden; deren Fläche darf maximal 1 m² und deren Ausladung maximal 1,2 m betragen.

§ 28. In der Gewerbe- und Industriezone sind flach auf der Fassade liegende Reklamen bis Unterkant Dachgesims zulässig. Senkrecht zur Fassade angebrachte Reklamen dürfen eine maximale Ausladung von 1,5 m aufweisen. Für Unternehmungen, die für die Wirtschaft unserer Stadt von besonderer Bedeutung sind, können weitergehende Ausnahmen, wie z. B. das Anbringen von Reklamen oberhalb des Dachgesimses, gestattet werden. Hierbei sind aber extrem wirkende Farben sowie sich bewegende oder intermittierend leuchtende Reklamen nicht gestattet.

Altstadt
Zone II

Marginalie: Zone innerhalb der äußeren Ringmauer

§ 19. Die Zone innerhalb der äußeren Ringmauer umfaßt das Gebiet zwischen der Altstadtzone und der äußeren Ringmauer sowie einen angemessenen Schutzstreifen außerhalb der äußeren Ringmauer.

Geschäfts-
zone

Gewerbe-
und Indu-
striezone

Dorfkern-
zone
Oberwil

Seeufer-
zone

Restliches
Gemeinde-
gebiet

§ 22: Wird gestrichen.

§ 22. (Alte Fassung vgl. § 23)

Als Seeuferzone gelten die im Zonenplan hierfür ausgeschiedenen Flächen.

§ 23. (Alte Fassung vgl. § 24)

Als restliches Gemeindegebiet zählt jener Teil der Stadtgemeinde, der außerhalb der in den §§ 18—22 umschriebenen Abgrenzungen liegt.

Marginalie: Altstadtzone

Altstadt
Zone I

§ 24. (Alte Fassung vgl. § 25)

In der Altstadtzone sind selbstleuchtende Reklamen verboten. Angeleuchtete sowie alle nichtleuchtenden Reklamen dürfen nur bewilligt werden, wenn sie das Altstadtbild nicht stören. Dem Altstadtkarakter ist besonders Rechnung zu tragen.

Altstadt
Zone II

Marginalie: Zone innerhalb der äußeren Ringmauer

§ 25. (Alte Fassung vgl. § 26)

In der Zone innerhalb der äußeren Ringmauer sind Leuchtreklamen zugelassen, soweit sie in ästhetischer Hinsicht befriedigen. Abstehende und freistehende Leuchtreklamen dürfen ein Flächenmaß von 1,0 m² nicht überschreiten. Für abstehende Reklamen darf die Ausladung maximal 1 m betragen. Auf wertvolle historische Bauten und Plätze ist besonders Rücksicht zu nehmen.

Geschäfts-
zone

§ 26. (Alte Fassung vgl. § 27)

¹ In der Geschäftszone sind flach auf die Fassade angebrachte Reklamen bis Unterkant Fensterbank des 3. Stockes zulässig.

² Von der Fassade abstehende Reklamen dürfen bis Unterkant Fensterbank des 2. Stockes angebracht werden; deren Fläche darf maximal 1,5 m² und deren Ausladung maximal 1,2 m betragen.

Gewerbe-
und Indu-
striezone

§ 27. (Alte Fassung vgl. § 28)

In der Gewerbe- und Industriezone sind flach auf der Fassade liegende Reklamen bis Unterkant Dachgesims zulässig. Senkrecht zur Fassade angebrachte Reklamen dürfen eine maximale Ausladung von 1,5 m aufweisen. Für Unternehmungen, die für die Wirtschaft unserer Stadt von besonderer Bedeutung sind, können weitergehende Ausnahmen, wie z. B. das Anbringen von Reklamen oberhalb des Dachgesimses, gestattet werden. Hierbei sind aber extrem wirkende Farben sowie intermittierend leuchtende Reklamen nicht gestattet.

§ 28. (Alte Fassung vgl. § 29)
Für die Seeuferzone gelten die Vorschriften des Gebietes innerhalb der äußeren Ringmauer. Wenn das Gesamtbild vom See her beeinträchtigt wird, kann der Stadtrat weitere Einschränkungen vorschreiben.

§ 30. Wird gestrichen.

§ 29. (Alte Fassung vgl. § 31)
Im restlichen Gemeindegebiet gelten die allgemeinen Vorschriften gemäß §§ 3—7. Senkrecht zur Fassade angebrachte Reklamen dürfen 1 m Ausladung und 1 m² Fläche nicht überschreiten.

§ 30. (Alte Fassung vgl. § 32)

§ 31. (Alte Fassung vgl. § 33)

§ 32. (Alte Fassung vgl. § 34)

Seeufer-
zone

Dorfkern-
zone
Oberwil

Restliches
Gemeinde-
gebiet

Ausnahmen

Anpassung
bestehender
Reklamen

§ 29. Für die Seeuferzone gelten die Vorschriften der Altstadt Zone II. Wenn das Gesamtbild vom See her beeinträchtigt wird, kann der Stadtrat weitere Einschränkungen vorschreiben.

§ 30. In der Dorfkernzone Oberwil gelten die gleichen Vorschriften wie für die Altstadt Zone II. Wenn das Gesamtbild vom See her beeinträchtigt wird, kann der Stadtrat weitere Einschränkungen vorschreiben.

§ 31. Im restlichen Gemeindegebiet gelten die allgemeinen Vorschriften gemäß §§ 3 — 7. Senkrecht zur Fassade angebrachte Reklamen dürfen 1 m Ausladung und 1 m² Fläche nicht überschreiten.

IV. Schluß- und Übergangsbestimmungen

§ 32. Der Stadtrat ist ermächtigt, Ausnahmen von den Vorschriften dieses Reglementes zu gestatten, sofern besondere Verhältnisse dies rechtfertigen und die Ausnahme dem Zweck des Reglementes nicht zuwiderläuft.

§ 33. Bestehende Reklameeinrichtungen, die den Vorschriften dieses Reglementes widersprechen, sind innert zwei Jahren nach Inkrafttreten dieses Reglementes den neuen Vorschriften anzupassen oder zu entfernen. Ist die Abweichung nur geringfügig, kann die Reklameeinrichtung vom Stadtrat bewilligt werden.

§ 34. Dieses Reglement tritt mit der Genehmigung durch den Regierungsrat in Kraft.

Zug, den

Der Große Gemeinderat von Zug

Der Präsident:

Der Stadtschreiber:

Im Namen des Regierungsrates

Der Landammann:

Der Landschreiber:

Reglement über das Reklamewesen

Ergänzungsbericht der Spezialkommission vom 12. Oktober 1970

Sehr geehrter Herr Präsident,
Sehr geehrte Herren Gemeinderäte,

Die Spezialkommission hat an ihrer Sitzung vom 12. Oktober 1970 zu den vom Stadtrat vorgeschlagenen Abänderungen zum neuen Reklamereglement Stellung genommen (Vgl. Vorlage Nr. 192.2.)

1. Abänderungsantrag zu § 2.

Den beiden nachfolgenden Absätzen, nämlich

- " auf Fassaden angebrachte nichtleuchtende Schriftbänder bis zu 4 m Länge und 40 cm Höhe; "
- einfache vom Gebäude abstehende nichtleuchtende Firmentafeln über städtischem Grund bis zu einem Ausmass von 70 cm x 35 cm; "

wurde einstimmig zugestimmt. Es geht hierbei lediglich um die Anfügung des Eigenschaftswortes " nichtleuchtend ", welches zur Präzisierung von § 2 dient.

2. Abänderungsantrag zu § 5.

Der letzte Satz von § 5 wird gestrichen und durch die nachfolgenden zwei neuen Absätze ergänzt:

" Für abstehende Reklamen über Trottoirs muss der senkrechte Abstand vom Trottoirniveau mindestens 2.4 m und der horizontale Abstand vom Fahrbahnrand mindestens 0.5 m betragen.

Für abstehende Reklamen über der Fahrbahn muss der senkrechte Abstand vom Strassenniveau mindestens 4.2 m betragen."

Die Kommission hat dieser neuen Formulierung einstimmig zugestimmt. Es handelt sich hier um zwei neue Formulierungen, die verkehrstechnisch bedingt sind.

3. Abänderungsantrag zu § 17.

Der Stadtrat schlägt vor, bei der Zoneneinteilung die Formulierung Altstadtzone A und Altstadtzone B zu wählen, anstelle der von der Spezialkommission vorgeschlagenen Benennung Altstadtzone I und Altstadtzone II. Die Kommission hat diesem Antrag zugestimmt, zumal an den Bestimmungen, was zur Altstadtzone I und Altstadtzone II räumlich gehört, materiell nichts geändert wurde. Diese Abänderung hat zur Folge, dass Text und Marginalien der §§ 18, 19, 24, 25 und 28 entsprechend geändert werden.

Zur besseren Uebersicht legt die Spezialkommission dem Grossen Gemeinderat eine gedruckte vergleichende Darstellung (Vorlage 193.3) vor, aus der die von der Kommission beantragten zum Teil weitgehenden Abänderungen ersichtlich sind.

Wir beantragen Ihnen daher die in diesem Ergänzungsbericht vorgeschlagenen kleinen Abänderungen ebenfalls gutzuheissen.

Genehmigen Sie, sehr geehrter Herr Präsident, sehr geehrte Herren Gemeinderäte, den Ausdruck unserer

vorzüglichen Wertschätzung

Im Namen der Spezialkommission
Der Präsident: Dr. Antonio Planzer

Reglement über das Reklamewesen

Antrag des Stadtrates vom 15. Juni 1971

Abänderungsanträge der Spezialkommission

Der Grosse Gemeinderat von Zug
erlässt

gestützt auf § 6 des Baugesetzes für die Stadtgemeinde von Zug vom 27. November 1923, § 12 der kantonalen Verordnung über Natur- und Heimatschutz vom 23. Februar 1946, der Verordnung über die Strassensignalisation vom 31. Mai 1963 sowie § 25 der Gemeindeordnung der Stadt Zug vom 1. April 1962, folgendes

Reglement:

I. Geltungsbereich, Begriffsumschreibung

§ 1

Die Bestimmungen dieses Reglementes gelten für alle Reklameeinrichtungen auf dem Gebiet der Stadt Zug. Geltungsbereich

§ 2

Reklamen sind alle durch Schrift, Form, Farbe, Ton, Ausleuchtung oder andere Mittel der Werbung dienende Vorkehren und Einrichtungen.

Begriffs-
umschrei-
bung

§ 3

Eigenreklamen umfassen die Bezeichnung der eigenen Firma, des eigenen Hauptproduktes oder der eigenen Hauptdienstleistung.

Reklame-
arten

Fremdreklamen umfassen die Werbung für Betriebe, die sich nicht am Ort der Reklame befinden oder für Waren, die dort weder produziert, noch vertrieben oder vermittelt werden.

Betriebswegweiser sind kleindimensionierte, nichtleuchtende Hinweistafeln, die auf schwer auffindbare Betriebe aufmerksam machen im Sinne der eidgenössischen Verordnung über die Strassensignalisation vom 31. Mai 1963.

II. Allgemeine Bestimmungen

§ 4

Nicht gestattet sind:

- Reklamen, welche das Landschafts-, Orts-, Platz- oder Strassenbild in erheblichem Masse stören sowie die Verkehrssicherheit beeinträchtigen (§ 12 der kantonalen Verordnung über Natur- und Heimatschutz vom 23. Februar 1946, Art. 6 SVG und Art. 80 VSS)
 - Reklamen, die in Text, Farbe oder Beleuchtung intermedialisieren
 - Reklamen mittels Projektion von Schriften oder Bildern auf Fassaden zu geschäftlicher Werbung
 - Reklamen an öffentlichen Einrichtungen und Laternen, Kandelabern, Brücken, Geländern usw. sowie in öffentlichen Anlagen
 - Abstehende Reklamen an Erkeren und Balkonen, die in den öffentlichen Luftraum hineinragen
 - Akustische Reklamen
 - Reklamen durch den Betrieb von TV- und Projektionsapparaten usw. in Schaufenstern, ausgenommen wenn genügend privater Grund und Boden für das Publikum vorhanden ist und die Verkehrssicherheit nicht beeinträchtigt wird.
 - Reklamen, die durch Form und Farbe zu Verwechslungen mit Verkehrssignalen oder Markierungen Anlass geben (Art. 6 SVG)
- Vorhalten bleiben die Bestimmungen der einzelnen Zonen

Verbotene
Reklamen

- streichen (siehe § 5 al. 5)
- streichen (siehe § 5 al. 4)
- streichen (siehe § 5 al. 3)
- Von Balkonen und Erkeren abstehende Reklamen, die in den öffentlichen Luftraum hineinragen

§ 5

Bewilligungspflichtig sind:

- Sämtliche an Gebäuden angebrachte und freistehende-Reklamen
- Das Anbringen von Plakatwänden auf privatem Grund
- Das Anleuchten von Fassaden zu Reklamezwecken
- Sich langsam bewegende unbeleuchtete oder selbstleuchtende Reklamen
- Das Verwenden von Schweizer-, Kantons- oder Gemeindefahnen sowie von ausländischen oder Fantasiefahnen zu Reklamezwecken

§ 6

Über Reklamen an historisch wertvollen Gebäuden oder an historisch bedeutenden Plätzen entscheidet der Stadtrat im Einzelfalle.

§ 7

Die Reklamen müssen so angebracht werden, dass sie weder durch Herabfallen noch durch den Höhenabstand vom Trottoir eine Verkehrsfährdung oder ein Verkehrshindernis bilden können. Sie müssen mindestens 50 cm von der Trottoirkante zurückliegen. Der Abstand vom Trottoir- oder Strassenniveau bis Unterkant Reklame hat mindestens 2,5 m zu betragen.

Bewilligungspflichtige Reklamen

Bewilligungspflichtig sind:

- An Gebäuden angebrachte oder freistehende Reklamen
- Reklamen an öffentlichen Einrichtungen und in öffentlichen Anlagen (Alte Fassung: § 4 Abs. 1 al. 4)
- Das Anleuchten von Fassaden zu Reklamezwecken sowie das Projizieren von Schriften oder Bildern auf Fassaden zu geschäftlicher Werbung (Alte Fassung: § 4 Abs. 1 al. 5)
- Intermittierende, sich bewegende unbeleuchtete oder selbstleuchtende Reklamen (Alte Fassung: § 4 Abs. 1 al. 2)
- Das Verwenden von Fantasiefahnen oder Transparenzen zu Reklamezwecken

Reklamen an historisch wertvollen Gebäuden und Plätzen

Vermeiden der Verkehrsfährdung

Die Reklamen müssen so angebracht werden, dass sie weder eine Verkehrsfährdung noch ein Verkehrshindernis bilden können. Der Abstand vom Trottoir- oder Strassenniveau bis Unterkant Reklame hat mindestens 2,5 m zu betragen und vom Randstein mindestens 50 cm zurückzuliegen. Kann letzteres nicht eingehalten werden, muss der lotrechte Abstand mindestens 4,2 m betragen.

§ 8

Pro Geschäft und Fassade dürfen nur je eine auf der Fassade angebrachte und eine abste- hende Reklame bewilligt werden.

Anzahl Reklamen

Pro Geschäft und Fassade dürfen nur je eine auf der Fassade angebrachte und eine abste- hende Reklame bewilligt werden. Für Gebäude von grösserer Baulänge sind Ausnahmen zu- lässig.

§ 9

Inbezug auf die Ausmasse der Reklamen wird auf die Bestimmungen der einzelnen Zonen hingewiesen.

Ausmasse

III. Zoneneinteilung

§ 10

Das Gebiet der Stadt Zug wird inbezug auf das Reklamewesen in vier Zonen eingeteilt:

Zonen

Zone A: Aeltester Stadtteil am See (Fisch- markt, Unter- und Oberaltstadt)

Zone B: Uebrigtes Altstadtgebiet innerhalb der äussern Ringmauer

Zone C: Uebrigtes Siedlungsgebiet gemäss Stadtplanung

Zone D: Uebrigtes Gemeindegebiet gemäss Stadtplanung

Die unter Abschnitt II aufgeführten allge- meinen Bestimmungen gelten für sämtliche Zonen, soweit in den Zonen A, B, C und D nicht weitere einschränkende Bestimmungen festgelegt sind.

IV. Zone A

§ 11

Alle Reklamen haben in der Gestaltung und im Schrifttyp dem Altstadtcharakter besonders Rechnung zu tragen.

Gestaltung : Alle Reklamen haben in der Gestaltung dem Altstadtcharakter besonders Rechnung zu tragen.

§ 12

Nicht gestattet sind:

- Selbstleuchtende Reklamkasten
- Selbstleuchtende Reklamen, ausgenommen von hinten angeleuchtete Buchstaben und Signete
- Freistehende Reklamen
- Fremdreklamen
- Sich langsam bewegende, unbeleuchtete oder selbstleuchtende Reklamen

Vorbotene Reklamen

- streichen

§ 13

Auf Fassaden angebrachte Reklamen sind nur bis Unterkant der Fensterreihen des zweiten Geschosses gestattet. Sie sind in ihren Proportionen und in ihrer Anordnung den Massen der Fassade anzupassen, dürfen aber ein Flächenmass von 1,5 m2 nicht überschreiten.

Reklamen auf Fassaden.

- Sich bewegende Reklamen

§ 14

Abstehende Reklamen sind nur gestattet, wenn sie einen kunsthandwerklichen Wert besitzen (z.B. handgeschmiedete Wirtshaus- oder Handwerkerschilder).

Abstehende Reklamen sind in ihren Proportionen und ihrer Anordnung den Ausmassen der Fassade anzupassen, dürfen aber ein Flächenmass von 1 m² nicht überschreiten.

Für abstehende Reklamen darf die Ausladung max 1 Meter betragen.

V. Zone B

§ 15

Nicht gestattet sind:

- Selbstleuchtende, auf Fassaden angebrachte Reklamekasten
- Freistehende Reklamen
- Sich langsam bewegende, unbeleuchtete oder selbstleuchtende Reklamen

§ 16

Auf Fassaden angebrachte Reklamen sind nur bis Unterkant der Fensterreihe des dritten Geschosses gestattet. Sie sind in ihren Proportionen und in ihrer Anordnung den Ausmassen der Fassade anzupassen, dürfen aber ein Flächenmass von 2 m² nicht überschreiben.

Abstehende Reklamen

streichen

streichen

Verbotene Reklamen

~~Streifen~~

- Sich bewegende Reklamen

Reklamen auf Fassaden

§ 17

Abstehende Reklamen sind in ihren Proportionen und ihrer Anordnung den Ausmassen der Fassade anzupassen, dürfen aber ein Flächenmass von 1,2 m² nicht überschreiten.

Für abstehende Reklamen darf die Ausladung max. 1,2 Meter betragen.

Abstehende Reklamen

Für abstehende Reklamen darf die Ausladung inkl. Befestigungsvorrichtung max. 1,3 Meter betragen.

VI. Zone C

§ 18

Auf Fassaden angebrachte Reklamen sind in ihren Proportionen und in ihrer Anordnung den Ausmassen der Fassaden anzupassen, dürfen aber ein Flächenmass von 4 m² nicht überschreiten.

Reklamen auf Fassaden

Auf Fassaden angebrachte Reklamen sind in ihren Proportionen und in ihrer Anordnung den Ausmassen der Fassaden anzupassen.

§ 19

Abstehende Reklamen sind in ihren Proportionen und in ihrer Anordnung den Ausmassen der Fassade anzupassen, dürfen aber ein Flächenmass von 2 m² nicht überschreiten.

Abstehende Reklamen

Abstehende Reklamen sind in ihren Proportionen und in ihrer Anordnung den Ausmassen der Fassade anzupassen.

Für abstehende Reklamen darf die Ausladung max. 1,5 Meter betragen.

§ 20

Freistehende Leuchtreklamen sind nur parallel zur Fahrbahn gestattet.

Bei Einkaufszentren und Geschäftshochhäusern, in denen sich mehrere Betriebe befinden, können die Reklamen in einem Reklameturn zusammengefasst werden. An diesem sind Fremdreklamen nicht zulässig.

Wohnzonen (Alte Fassung: Freistehende Leuchtreklamen)

In ausgesprochenen Wohngebieten werden ~~Leuchtreklamen~~ Reklamen nur in Ausnahmefällen bewilligt.

VII. Zone D

§ 21

Im übrigen Gemeindegebiet gemäss Stadtplanung sind Reklamen grundsätzlich verboten. Ausnahmen können in begründeten Fällen durch den Stadtrat bewilligt werden. In Bezug auf die Ausmasse der Reklamen gelten die Bestimmungen der Zone B.

Uebrig
es
Gemeindegebiet

Im übrigen Gemeindegebiet gemäss Stadtplanung sind Reklamen grundsätzlich verboten. Ausnahmen können in begründeten Fällen durch den Stadtrat bewilligt werden.

VIII. Ausnahmen

§ 22

Ausnahmen

Der Stadtrat ist ermächtigt, Ausnahmen von den Vorschriften dieses Reglementes zu gestatten, sofern besondere Verhältnisse dies rechtfertigen und die Ausnahme dem Zweck des Reglementes nicht zuwiderläuft.

VIII. Bewilligungsverfahren

§ 22

Bewilligungsgesuche für Reklamen sind beim Bauamt einzureichen.

Das Gesuch hat Angaben über Art, Ausmasse und Standort zu enthalten. Als Planunterlagen sind beizulegen:
 Fassadenplan 1:50 oder 1:100 und bei abstehenden Reklamen Schnitt 1:50 oder 1:100, beide mit Einzzeichnung der Reklame. Ferner Detailskizze mit genauen Massen, aus der die farbige Gestaltung ersichtlich sein muss.

Sämtliche Gesuche sind inbezug auf die Beeinträchtigung der Verkehrssicherheit vom Polizeiinspektorat zu überprüfen.

Die Bewilligung wird vom Stadtrat erteilt.

IX. Bewilligungsverfahren

§ 23

Bewilligungsverfahren

Die Bewilligung wird vom Stadtrat erteilt und erlöscht nach Ablauf eines Jahres.

§ 23

Die Bewilligung erlischt bei Geschäftsaufgabe. Der Stadtrat kann Bewilligungen widerrufen, wenn die an die Erteilung der Bewilligung geknüpften Voraussetzungen dahinfallen, oder wenn die Reklame nicht ordnungsgemäss unterhalten wird.

Erlöschen und Widerruf

§ 24

§ 24

Nichtbewilligte Reklamen sind auf Weisung des Stadtrates vom Verantwortlichen innert angemessener Frist zu entfernen. Leistet er dieser Aufforderung keine Folge, so ist gemäss Art. 292 StGB vorzugehen und die Reklame unter Kostenfolge zu beseitigen.

Entfernung nicht bewilligter Reklamen

§ 25

§ 25

Sollte eine Leuchtreklame in Bezug auf Lichtintensität oder Farbe Grund zu Beanstandungen geben, kann der Besitzer angehalten werden, diese auf eigene Kosten zu entfernen oder den öffentlichen Bedürfnissen anzupassen.

Entfernung beanstandeter Reklamen

§ 26

§ 26

Die Bewilligungsgebühren für Reklamen richten sich nach dem Kantonsratsbeschluss über die Gebühren in Verwaltungs- und Zivilsachen.

Gebühren-tarif

§ 27

§ 28

Beschwerden

Gegen Entscheide des Stadtrates kann gemäss Gesetz über das Beschwerdeverfahren beim Regierungsrat innert 10 Tagen Beschwerde geführt werden.

IX. Inkrafttreten

§ 27

Dieses Reglement tritt, unter Vorbehalt des Referendums gemäss § 6 GC und nach Genehmigung durch den Regierungsrat sofort in Kraft. Gleichzeitig wird der Stadtratsbeschluss vom 7. April 1953 betreffend Richtlinien für Reklameschilder aufgehoben.

Zug, den

DER GROSSE GEMEINDERAT VON ZUG

Der Präsident:

Der Stadtschreiber:

X. Inkrafttreten

§ 29

Inkrafttreten

Reglement über das Reklamewesen

Bericht und Antrag des Stadtrates vom 15. Juni 1971

Sehr geehrter Herr Präsident,
Sehr geehrte Herren Gemeinderäte,

I.

Nachdem der im Jahre 1969 dem Grossen Gemeinderat vorgelegte Reglementsentswurf über das Reklamewesen von diesem am 20. Oktober 1970 an den Stadtrat zur Neubearbeitung zurückgewiesen wurde, unterbreiten wir Ihnen in der Beilage einen neuen Reglementsentswurf.

Das Reklamewesen im Gebiete der Stadtgemeinde Zug stützt sich auf § 6 des Baugesetzes für die Stadtgemeinde Zug vom 27. November 1923, § 12 der kantonalen Verordnung über Natur- und Heimatschutz vom 23. Februar 1946, der Verordnung über die Strassensignalisation vom 31. Mai 1963 sowie § 25 der Gemeindeordnung der Stadt Zug vom 1. April 1962.

Dank der zurückhaltenden Praxis des Stadtrates im Reklamewesen, insbesondere in Bezug auf Leuchtreklamen ist eine Ueberflutung unserer Stadt durch allzu aufdringliche Reklamen verhindert worden. Andererseits kann das Interesse der Geschäftswelt an geeigneten Aussenreklamen nicht bestritten werden. Die im Jahre 1953 erlassenen Richtlinien des Stadtrates werden den heutigen Verhältnissen nicht mehr gerecht. Aus diesem Grunde unterbreiten wir Ihnen mit dem vorliegenden Entwurf eine Neufassung, welche sowohl dem Schutz des Stadtbildes wie auch dem Bedürfnis nach werbewirksamen Reklamen Rechnung trägt. Wir glauben, dass der vorliegende Reglementsentswurf die seinerzeit im GGR geäusserten Anregungen inbezug auf eine grosszügigere Handhabung des Reklamewesens berücksichtigt.

Bei der Regelung des Reklamewesens handelt es sich um einen Erlass von allgemeiner Bedeutung. Der Stadtrat ist daher der Auffassung, dass diese Materie gemäss § 25 Ziff. 6 der Gemeindeordnung in einem allgemein verbindlichen Reglement zu ordnen ist.

II.

Zum Reglementsentswurf geben wir folgende ergänzende Erklärungen:

1. Die §§ 1 - 3 definieren die Begriffe "Reklame", "Eigenreklame", "Fremdreklame" und "Betriebswegweiser"; auch umschreiben sie den geographischen Geltungsbereich dieses Reglementes.
2. Die §§ 4 - 9 umschreiben die generellen, grundsätzlich in allen Zonen geltenden Reklamebestimmungen, soweit in den Zonen A, B und D nicht weitere einschränkende Bestimmungen aufgeführt sind.
3. § 10 teilt das gesamte Gemeindegebiet in vier Zonen ein. Während die Bestimmungen in den Zonen A, B und D gewisse Restriktionen aufweisen, sind die Bestimmungen in der Zone C, die den generellen Richtlinien der §§ 4 - 9 entsprechen, ausserordentlich grosszügig. Immerhin ist festzuhalten, dass auch die Reglementierung für die alten Stadtteile vom werbetechnischen Standpunkt aus sehr wirksame Reklamen zulässt.
4. Die §§ 11 - 21 umschreiben die zonenspezifischen Abweichungen von den generellen Bestimmungen. Zudem sind in den einzelnen Zonen die Ausmasse und die Anbringung der Reklamen festgelegt.
5. §§ 22 - 25 umschreiben das Bewilligungsverfahren.
6. § 26 regelt das Inkrafttreten.

A n t r a g

Wir beantragen Ihnen, auf die Vorlage einzutreten und das Reglement über das Reklamewesen zu genehmigen.

Zug, 15. Juni 1971

DER STADTRAT VON ZUG

Der Stadtpräsident: Der Stadtschreiber:
Dr. Ph. Schneider A. Grünenfelder

BESCHLUSS DES GROSSEN GEMEINDERATES VON ZUG Nr.
BETREFFEND REGLEMENT UEBER DAS REKLAMEWESEN IN DER STADT ZUG

DER GROSSE GEMEINDERAT VON ZUG

nach Kenntnisnahme von Bericht und Antrag des Stadtrates
Nr. 192.5 vom 15. Juni 1971

b e s c h l i e s s t :

1. Das Reglement über das Reklamewesen wird zum Beschluss erhoben.
2. Dieser Beschluss tritt unter Vorbehalt des Referendums gemäss § 6 der Gemeindeordnung und mit der Genehmigung durch den Regierungsrat sofort in Kraft.
Er ist im Amtsblatt zu veröffentlichen und in die Sammlung der Ratsbeschlüsse aufzunehmen.
Der Stadtrat wird mit dem Vollzug beauftragt.

Zug,

DER GROSSE GEMEINDERAT VON ZUG

Der Präsident:

Der Stadtschreiber:

BESCHLUSS DES GROSSEN GEMEINDERATES VON ZUG NR. 217
BETREFFEND REGLEMENT UEBER DAS REKLAMEWESEN IN DER STADT ZUG

DER GROSSE GEMEINDERAT VON ZUG

nach Kenntnisnahme von Bericht und Antrag des Stadtrates
Nr. 192.5 vom 15. Juni 1971

b e s c h l i e s s t :

1. Das Reglement über das Reklamewesen wird zum Beschluss erhoben.
2. Dieser Beschluss tritt unter Vorbehalt des Referendums gemäss § 6 der Gemeindeordnung und mit der Genehmigung durch den Regierungsrat sofort in Kraft.

Er ist im Amtsblatt zu veröffentlichen und in die Sammlung der Ratsbeschlüsse aufzunehmen.

Der Stadtrat wird mit dem Vollzug beauftragt.

Zug, 18. Januar 1972

DER GROSSE GEMEINDERAT VON ZUG

Der Präsident:
M. Kündig

Der Stadtschreiber:
A. Grünenfelder

Die Referendumsfrist läuft vom 22. Januar bis zum 21. Februar 1972