

## Checkliste

# Verkehrssicherheit bei Strassenreklamen



## 1 Einleitung

Immer wieder stellen sich bei Strassenreklamen Fragen im Zusammenhang mit der Verkehrssicherheit oder des Verfahrens: Welche Reklamen sind generell unzulässig? Wann gilt welcher Strassenabstand? Könnte die Reklame die Verkehrssicherheit gefährden? Welche Grösse ist maximal zulässig? Welches Verfahren ist anzuwenden? Wann braucht die Reklame eine Baubewilligung? Wann braucht es vom Tiefbauamt einen Amts- oder Fachbericht?

Auf diese und andere Fragen soll die Checkliste allen Interessierten - vorab jedoch kantonalen und kommunalen Behörden - helfen, rasch und systematisch Antworten zu finden. Die Checkliste hat die Bedeutung einer Arbeitshilfe.

## 2 Grundlagen

### 2.1 Gesetzliche Grundlagen

- Baugesetz vom 9. Juni 1985 (BauG, BSG 721.0)
- Dekret vom 22. März 1994 über das Baubewilligungsverfahren (BewD, BSG 725.1)
- Strassengesetz vom 4. Juni 2008 (SG, BSG 732.11)
- Strassenverordnung vom 29. Oktober 2008 (SV, BSG 732.111.1)
- Strassenverkehrsgesetz von 19. Dezember 1958 /SVG, SR 741.01)
- Signalisationsverordnung vom 5. September 1979 (SSV SR 741.21)

### 2.2 Andere

- Arbeitshilfe TBA zur Anwendung der eidgenössischen und kantonalen Reklamenvorschriften vom April 2006
- Information Reklamen; BSIG Nr. 7/722.51/1.1 vom 01.09.2009 ([www.jgk.be.ch](http://www.jgk.be.ch)) >Amt für Gemeinden und Raumordnung > Gemeinden > BSIG
- Merkblatt "Reklamen im Strassenraum" der Interkantonalen Arbeitsgruppe zur einheitlichen Beurteilung sowie Anwendung von Werbung und Reklamen im Strassenraum vom Oktober 2008
- Leitfaden zur Beurteilung von Strassenreklamen im Bereich von Nationalstrassen, ASTRA, vom 23.02.2009
- Weisung "Touristische Signalisation"; Tiefbauamt Kanton Bern, 16.03.2009 ([www.bve.be.ch](http://www.bve.be.ch)) > Strassen > Signalisation und Markierung > Touristische Signalisation

## 3 Begriffe

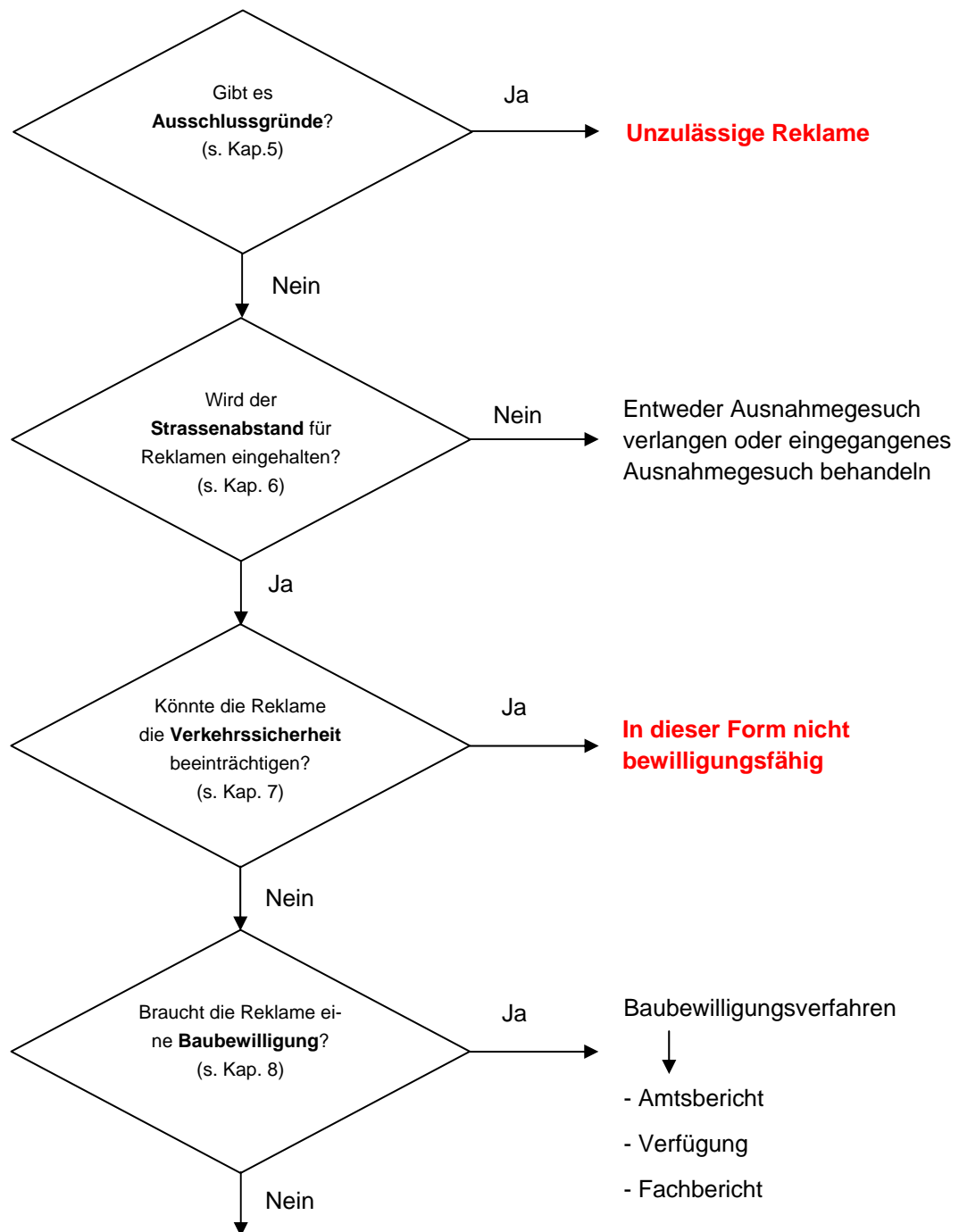
Strassenreklame

Als Strassenreklamen gelten alle Werbeformen und andere Ankündigungen in Schrift, Bild, Licht, Ton usw., die im Wahrnehmungsbereich der Fahrzeugführenden liegen, während diese ihre Aufmerksamkeit dem Verkehr zuwenden (Art. 95 Abs. 1 SSV).

Firmenanschrift

Firmenanschriften sind Strassenreklamen, bestehend aus dem Firmennamen, dem oder den Branchenhinweisen (z.B. "Baustoffe", "Gartenbau") und ggf. einem Firmensignet, welche am Gebäude der Firma selbst oder in dessen unmittelbarer Nähe angebracht sind (Art. 95 Abs. 2 SSV).

## 4 Übersicht Vorgehen

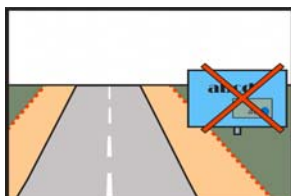


Baubewilligungsfreie und  
zulässige Reklame (u. U. Verfügung  
für Ausnahme im Bauverbotsstreifen)

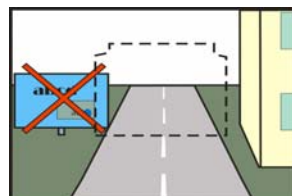
## 5 Ausschlussgründe

Unabhängig vom Bewilligungsverfahren, von der Grösse, vom Strassenabstand oder vom Standort sind folgende Reklamen unzulässig:

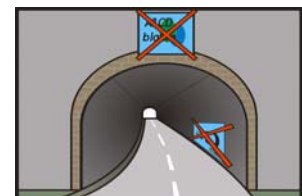
- **Im Lichtraumprofil der Fahrbahn** (Art. 96 Abs. 2 Bst. a SSV / Art. 83 SG)
- **Auf Strassen, Radwegen und Gehwegen** (Art. 96 Abs. 2 Bst. b SSV sowie Art. 58 Abs. 2 SV); *Z.B. aufgemalt auf der Fahrbahn*; Ausnahme Fussgängerzonen.
- In signalisierten **Tunneln** oder **Unterführungen** ohne Trottoir (Art. 96 Abs. 2 Bst. c SSV)
- Reklamen **mit Signalen oder wegweisenden Elementen** (Art. 96 Abs. 2 Bst. d SSV) *Hierzu gehören insbesondere Richtungspfeile, Distanzangaben, Parkplatzsignale, Symbole der Strassensignalisation.*
- **An Strassensignalen oder in ihrer unmittelbaren Umgebung** (Art. 97 Abs. 1 SSV) *Beachte die Ausnahmen in SSV Art. 97 Abs. 2.*
- **Touristische Signalisationen** *Strassenreklamen, welche touristische Hinweise, Symbole, Aufschriften, wie z.B. "Willkommen" oder "Auf Wiedersehen" etc. beinhalten oder in Bezug auf Inhalt, Gestaltung und Aussehen einer touristischen Signalisation ähnlich sind, dürfen nicht als Reklame bewilligt werden. Sie müssen als Touristische Signalisation behandelt werden und die Anforderungen der Weisung "Touristische Signalisation" erfüllen.*
- **Im Bereich von Autobahnen und Autostrassen** (Art. 98 Abs. 1 SSV) *Ausnahmen siehe Art. 98 Abs. 2 SSV. "Im Bereich" heisst im Sichtbereich des Verkehrsteilnehmers, wenn er sich auf das Verkehrsgeschehen vor sich konzentriert. Zuständig für die Beurteilung ist das ASTRA.*
- **Auf Mittelstreifen und Mittelinseln** von Kantonsstrassen
- **In Kreiseln** an Kantonsstrassen
- **An Kandelabern** des Kantons



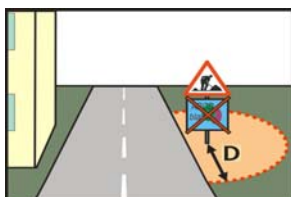
Unterschreiten des Lichtraumprofils (SSV Art. 96 Abs. 2 Bst. a / SG Art. 83)



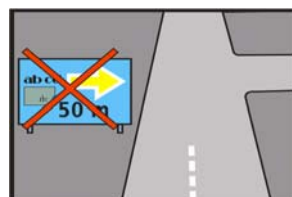
Eindringen in das Lichtraumprofil (SSV Art. 96, Abs. 2, Bst. a)



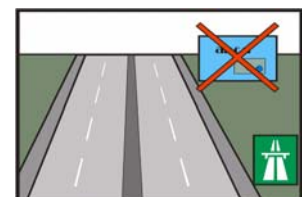
An/in signalisierten Tunneln, Unterführungen ohne Gehweg (SSV Art. 96, Abs. 2, Bst. c)



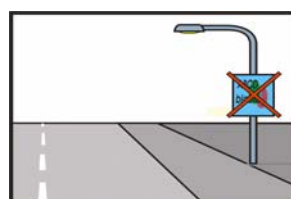
An Signalen oder in ihrer unmittelbaren Umgebung (SSV Art. 97, Abs. 1)



Reklame mit wegweisenden Elementen und Symbolen der Strassensignalisation (SSV Art. 96, Abs. 2, Bst. d)



Reklamen im Bereich von Autobahnen und Autostrassen (SSV Art. 98)



An Kandelabern von Kanton und Gemeinden

## 6 Strassenabstand

Sämtliche Reklamen haben folgende Abstände von der Fahrbahn einzuhalten, unabhängig vom Bewilligungsverfahren, von der Grösse oder vom Standort sowie der Frage ob inner- oder ausserorts (Art. 58 SV):

**Parallel zu Strasse** gestellt mindestens **1.00 m**

**In anderem Winkel** (z.B. quer zur Strasse) mindestens **3.00 m**

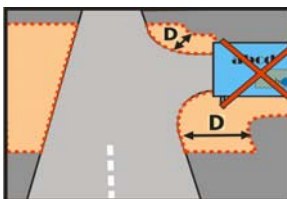
Ausnahmen von den genannten Abständen (Unterschreitungen) sind nur möglich, wenn der Bauherr ein genügendes Interesse nachweist und dadurch weder öffentliche noch wesentliche nachbarliche Interessen beeinträchtigt werden. Ausnahmen müssen beantragt und begründet sein. Sie erfordern in jedem Fall - d.h. unabhängig von der Frage nach einer Baubewilligung - eine Ausnahmebewilligung der zuständigen Strassenaufsichtsbehörde (Art 81 SG in Verbindung mit Art. 28 BauG).

## 7 Verkehrssicherheit

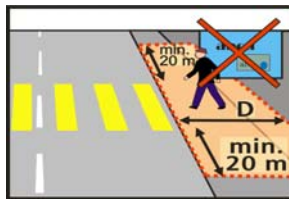
### 7.1 Besondere Gefährdung nach Art. 96 Abs. 1 SSV

Unabhängig vom Bewilligungsverfahren, Grösse oder Standort sind Reklamen inner- und ausserorts unzulässig, welche die Verkehrssicherheit beeinträchtigen könnten, namentlich wenn sie:

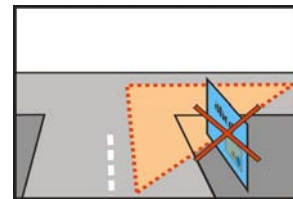
- das Erkennen anderer Verkehrsteilnehmender erschweren**, wie im näheren Bereich von Fussgängerstreifen, Verzweigungen oder Ausfahrten (z.B. Sicht in Knoten!);
- die Berechtigten **auf den für Fussgänger bestimmten Verkehrsflächen** behindern oder gefährden;
- mit Signalen oder Markierungen verwechselt werden können**; oder
- die Wirkung von Signalen oder Markierungen herabsetzen**.



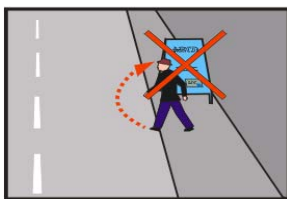
In Sichtfeldern von Ausfahrten (SN-Norm 640 273a)



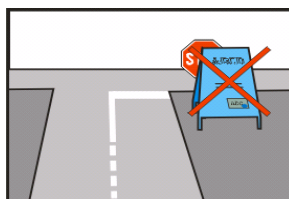
In Warteräumen von Fussgängerstreifen (SSV Art. 96, Abs. 1, Bst. a)



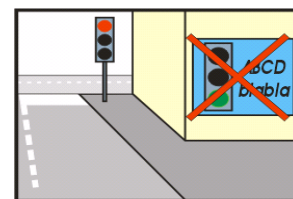
In Sichtzonen von Verzweigungen (SN 640 273a und SSV Art. 96, Abs. 1, Bst. a)



Behinderung auf Gehweg/Verkehrsflächen (SSV Art. 96, Abs. 1, Bst. b sowie Art. 58 Abs. 2 SV)



Wenn sie die Wirkung von Signalen herabsetzen (SSV Art. 96, Abs. 1, Bst. d)



Wenn sie mit Signalen oder Markierungen verwechselt werden können (SSV Art. 96, Abs. 1, Bst. c)

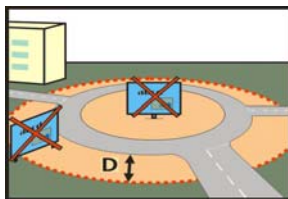
### 7.2 Gefährdung durch Ablenkung nach Art. 6 SVG

Weiter sind Reklamen und andere Ankündigungen aller Art und Grösse sowie unabhängig vom Verfahren untersagt, die namentlich **durch Ablenkung** die Verkehrssicherheit gefährden könnten (Art. 6 Abs. 1 SVG). Häufig kann die potenzielle Verkehrsgefährdung durch Ablenkung nur vor Ort beurteilt werden. Es empfiehlt sich ein Augenschein aus verschiedenen Strassenperspektiven. Dabei ist immer die Frage zu beurteilen, ob die Reklame durch Ablenkung die Verkehrssicherheit gefährden **könnte**. Die folgenden Kriterien sollen als Checkliste dienen und Argumente liefern:

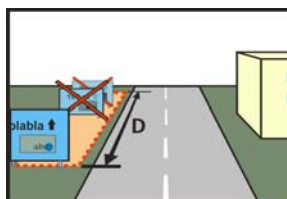
| Kriterien  | Könnte die Verkehrssicherheit gefährdet sein? | JA                       | Eher<br>JA               | Eher<br>NEIN             | NEIN                     |
|--|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <p><b>Strasse</b><br/> <i>Hohe Geschwindigkeiten</i> erfordern mehr Aufmerksamkeit als tiefe.<br/> <i>Viel Verkehr</i> (hoher DTV) erfordert mehr Aufmerksamkeit als wenig Verkehr.<br/> <i>Überholen erlaubt</i> erfordert mehr Aufmerksamkeit als Überholverbot.<br/> <i>Enge Strassen</i> oder <i>Verengungen</i> erfordern mehr Aufmerksamkeit als breite.<br/> <i>Starke Steigungen</i> erfordern mehr Aufmerksamkeit als geringe.<br/> <i>Kurven</i> erfordern mehr Aufmerksamkeit als gerade Strecken.<br/> <i>Strassen ohne Gehweg und Velospur</i>, aber mit erheblichem Fuss- oder Veloverkehr, erfordern mehr Aufmerksamkeit (z. B. Schulwege, Wander- und Velorouten, Siedlungen ohne Gehweg, ausserorts, etc.).</p>   |   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <p><b>Knoten</b><br/> <i>Kreisel</i> erfordern sehr hohe Aufmerksamkeit auf den Verkehr. <i>Reklamen im Zentrum</i> sind generell abzulehnen, <i>Reklamen an der Peripherie</i> (am Kreiselerand) in der Regel.<br/> <i>Kreuzungen, Verzweigungen, Einmündungen</i> erfordern ebenfalls hohe Aufmerksamkeit. <i>Wie sind Übersichtlichkeit und Vortrittsregelung?</i> <i>Reklamen</i> sind in der Regel abzulehnen.<br/> <i>Bei Lichtsignalanlagen</i> ist die Ausrichtung massgebend.</p>   |   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <p><b>Distanz zur Strasse</b><br/> <i>Je näher an der Strasse</i>, desto grösser ist i.d.R. der Ablenkungseffekt.</p>  |   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <p><b>Grösse</b><br/> <i>Je grösser die Reklame</i>, desto grösser der Ablenkungseffekt. <i>Freistehende Reklamen über ca. 10 m<sup>2</sup></i> lenken i.d.R. stark ab.</p>  |   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <p><b>Ausrichtung</b><br/> <i>Reklamen längs zur Strasse</i> lenken weniger ab als solche <i>quer oder schräg zur Strasse</i> mit Ausrichtung <i>direkt auf den fahrenden Verkehr</i></p>  |   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <p><b>Standort im Detail</b><br/> <i>Freistehende Reklamen</i> lenken i.d.R. mehr ab als <i>Reklamen an Gebäuden</i>.<br/> <i>Reklamen über der Fahrbahn</i> bilden i.d.R. eine grosse Ablenkung und sind nicht zu bewilligen.<br/> <i>Reklamen, welche die Aufmerksamkeit eindeutig von der gewünschten Richtung wegziehen</i>, sind ablenkend.</p>   |   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <p><b>Situationen mit erhöhter Aufmerksamkeit</b><br/> <i>Fussgängerstreifen: 20 m vor und 20 m nach einem Fussgängerstreifen</i> sind <i>Reklamen</i> i.d.R. nicht zu bewilligen.<br/> <i>Bei Ortseingängen</i> sind <i>Reklamen</i> i.d.R. nicht zu bewilligen.<br/> <i>In der Nähe von Vorschrifts- und Vortrittssignalen sowie anderen Signalen mit Vorschriftscharakter</i> sind <i>Reklamen</i> nur mit grösserem Abstand zu diesen zu bewilligen (z.B. <i>Geschwindigkeitssignale, Fahrverbote, Einbahn, etc.</i>).<br/> <i>In engen oder unübersichtlichen Kurven</i> oder <i>frontal in einer engen Kurve</i> sind <i>Reklamen</i> i.d.R. nicht zu bewilligen.<br/> <i>In der Nähe von Bahnübergängen, Tram- und Busspuren</i> ist <i>Zurückhaltung mit Bewilligungen</i> zu üben.<br/> <i>Bei unübersichtlichen Kuppen, Verengungen der Strasse, Engpässen</i> oder <i>bei erhöhter Absturzgefahr</i> sind <i>Reklamen</i> nur in <i>Ausnahmefällen</i> zu bewilligen.<br/> <i>In Begegnungszonen</i> und <i>bei mehreren Fahrspuren</i> ist ebenso <i>Vorsicht geboten und Zurückhaltung</i> zu üben.</p> |   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| Kriterien   | Könnte die Verkehrssicherheit gefährdet sein? | JA                       | Eher JA                  | Eher NEIN                | NEIN                     |
|---|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <p><b>Spezialeffekte</b><br/> <i>Reklamen mit beweglichen Bildern oder Wechselangaben, Lichtbeamern oder Projektionen lenken sehr stark ab (z.B. Prismenwechsel, Lamellenwechsler, Bandwandler; elektronische Leuchtwand mit Faseroptik, z. B. Tankstellenangaben; etc.). Ein Wechsel pro Tag ist unproblematisch. Was häufiger ändert, muss einer strengen Prüfung im Einzelfall unterzogen werden.</i><br/> <i>Reklamen, die retro-reflektierend, fluoreszierend oder lumineszierend sind, die blenden, blinken oder durch andere wechselnde Lichteffekte wirken, lenken sehr stark ab und sind i.d.R. abzulehnen.</i><br/> <i>Ebenso Reklamen, die durch irgendwelche speziellen Effekte besonders auffallen.</i><br/> <i>Einzelreklamen oder Reklamengruppen (z.B. Fahnen), die insgesamt eine richtungsweisende Wirkung haben, sind abzulehnen.</i><br/> <i>Reklamen, die schallen, tönen oder sonst wie durch absichtlich erzeugte Geräusche und Töne ablenken.</i></p> |   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <p><b>Summierung von Ablenkungen</b><br/> <i>Besteht eine dichte Folge oder grosse Anhäufung von Reklamen?</i><br/> <i>Ergibt die optische Summierung eine problematische Fläche?</i><br/> <i>Bestehen insgesamt bereits viele ablenkende Objekte im Blickfeld?</i></p>   |   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

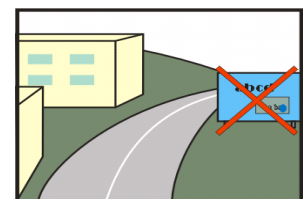
**Beispiele:**



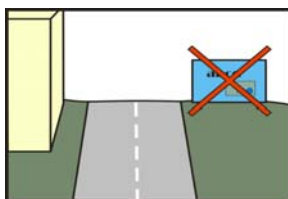
In und an Kreiseln  
(SVG Art. 6, Abs. 1)



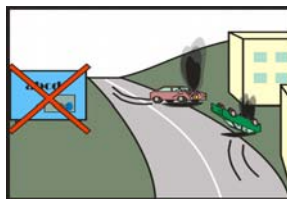
In dichter Folge  
(SVG Art. 6, Abs. 1)



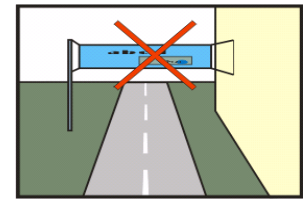
In Sichtzonen von Kurveninnenseiten (SN-Norm 640 273a, SSV Art. 96, Abs. 1, Bst. a)



Im Bereich von Kuppen  
(SSV Art. 6, Abs. 1)



Bei Unfallschwerpunkten  
(SVG Art. 6, Abs. 1)



Über der Fahrbahn (SVG Art. 6, Abs. 1, SSV Art. 96, Abs. 1)



Beleuchtete Reklamen in dunklen Zonen (SVG Art. 6, SSV Art. 96, Abs. 1, Bst. d)



Bewegte oder projizierte Reklamen  
(SVG Art. 6, Abs. 1)



Retroreflektierende, fluoreszierende, lumineszierende, blendende, blinkende oder durch wechselnde Lichteffekte wirkende Reklamen (SVG Art. 6, SSV Art. 96, Abs. 1, Bst. d)

## 8 Verfahren

Strassenreklamen sind **grundsätzlich baubewilligungspflichtig**, soweit sie nicht nach Art. 6a BewD von der Baubewilligungspflicht ausgenommen sind.

[Mehr dazu siehe "Information Reklamen"; BSIG Nr. 7/722.51.1 vom 01.09.2009](#)

Sämtliche Reklamen - d. h. baubewilligungspflichtige, wie auch baubewilligungsfreie - **innerhalb der Strassenabstände für Strassenreklamen** nach Art. 58 SV benötigen eine **Ausnahmebewilligung** nach Art. 81 SG der zuständigen Strassenaufsichtsbehörde (bei Kantonsstrassen vom Tiefbauamt, bei Gemeindestrassen von der Gemeinde). Die Form der Ausnahmebewilligung an Kantonsstrassen ist wie folgt:

- bei baubewilligungspflichtigen Reklamen im koordinierten Verfahren nach KoG mittels Amtsbericht
- bei baubewilligungspflichtigen Reklamen in kleinen Gemeinden mittels Verfügung an den Gesuchsteller/Reklameeigentümer (Kopie an Gemeinde)
- bei baubewilligungsfreien Reklamen mittels Verfügung direkt an den Gesuchsteller/Reklameeigentümer (Kopie an Gemeinde)

Ausnahmen sind nur möglich, wenn ein genügendes Interesse nachgewiesen wird und weder öffentliche noch wesentliche nachbarliche Interessen entgegenstehen (Art. 81 SG).

Bei sämtlichen Reklamen **ausserhalb der Strassenabstände** für Reklamen nach Art. 58 SV an Kantonsstrassen muss grundsätzlich die Gemeinde die Verkehrssicherheit beurteilen. Sie kann von der zuständigen Stelle des Tiefbauamtes eine informelle Beurteilung oder einen formellen Fachbericht (gegen Gebühr) verlangen.