

# Änderung der Reklameverordnung

*Erläuterungen zum Vernehmlassungsentwurf  
vom 1. April 2025*

## 1 Ausgangslage

Die vorliegende Anpassung der Reklameverordnung dient der Umsetzung zweier Postulate:

- Mit der Erheblicherklärung des Postulats [P 935](#) Thalmann-Bieri Vroni und Mit. am 18. September 2023 beauftragte der Kantonsrat den Regierungsrat zu prüfen, wie die Reklameverordnung (SRL [Nr. 739](#)) angepasst werden kann, um das Anbringen von Fahnen/Plakaten an privaten Gebäudefassaden im Rahmen der politischen Meinungsäusserung zu erlauben.
- Am selben Tag beauftragte der Kantonsrat den Regierungsrat mit der teilweisen Erheblicherklärung des Postulats [P 973](#) Schmid-Ambauen Rosy und Mit., eine Ausweitung der Bewilligungsbefreiung insbesondere für unbeleuchtete Fremd- und Eigenreklamen in Industrie- und Gewerbezone – allenfalls bis zu einer noch festzulegenden Grösse – zu prüfen.

Das Anbringen, Ersetzen, Versetzen und Ändern von Reklamen und Reklameanschlagstellen bedarf nach § 5 Abs. 1 der Reklameverordnung einer Bewilligung. Ausgenommen hiervon sind die in § 6 Abs. 1 der Reklameverordnung genannten Ausnahmen.

Zur möglichst einheitlichen und rechtsgleichen Umsetzung der in der Reklameverordnung verankerten Regelungen durch die Gemeinden wird von der Dienststelle Raum und Wirtschaft (rawi) eine [Richtlinie Reklameanlagen](#) im Internet publiziert, welche im hier interessierenden Zusammenhang durch das [Merkblatt Wahl- und Abstimmungsplakate](#) ergänzt wird. Darüber hinaus wenden einzelne Gemeinden aufgrund des Verweises in § 4 der Reklameverordnung und im Rahmen der ihnen zustehenden Gemeindeautonomie eigene Regelwerke an, welche die kantonalen Grundlagen auf ihrem Gemeindegebiet detaillierter regeln oder dort, wo seitens Kanton keine abschliessenden Rechtsgrundlagen vorhanden sind, eigene Regelungen treffen.

Zur Umsetzung der eingangs genannten Postulate sollen bei der Aufzählung der Ausnahmen von der Bewilligungspflicht in § 6 Abs. 1 der Reklameverordnung folgende Ausnahmetatbestände ergänzt werden:

- Neben unbeleuchteten, flach an der Fassade angebrachten Firmenanschriften von höchstens 0,5 m<sup>2</sup>, die bereits heute bewilligungsfrei erstellt werden können, sollen in Arbeitszonen neu auch grösser dimensionierte unbeleuchtete, flach an der Fassade angebrachte Firmenanschriften bewilligungsfrei erstellt werden können (vgl. ergänzter § 6 Abs. 1b).
- Die Bewilligungsfreiheit soll auch für unbeleuchtete, flach an der Fassade angebrachte Eigenreklamen bis zu einer bestimmten Maximalgrösse implementiert werden, sofern diese in Arbeitszonen angebracht werden (vgl. neuer § 6 Abs. 1b<sup>bis</sup>).
- Neu sollen zudem Fahnen und Plakate der freien Meinungsäusserung, die keinen direkten Bezug zu einem bestimmten Wahl- oder Abstimmungstag aufweisen, bis zu einer gewissen Grösse auch ausserhalb der im geltenden § 6 Abs. 1e verankerten Frist von 6 Wochen vor und 5 Tagen nach dem Wahl- oder Abstimmungstag zugelassen sein (vgl. neuer § 6 Abs. 1b<sup>ter</sup>). Diese Änderung bedingt, dass in den Begriffsbestimmungen in § 3 der Reklameverordnung ergänzt wird, was unter Fahnen und Plakaten der freien Meinungsäusserung zu verstehen ist.

Für Details zu den einzelnen Bestimmungen kann auf die entsprechenden Erläuterungen in Ziffer 3 nachstehend verwiesen werden.

## 2 Die Verordnungsänderungen im Einzelnen

### § 3 Abs. 7

Mit der Regelung der Bewilligungsfreiheit von «Fahnen und Plakaten der freien Meinungsäusserung» (vgl. Erläuterungen zu § 6 Abs. 1b<sup>ter</sup> nachfolgend) gilt es in § 3 die Begriffe «Fahnen» und «Plakate» zu definieren.

Der Duden hält zum Begriff der Fahne folgendes fest (online besucht am: 13. März 2025):

«meist rechteckiges, an einer Seite an einer Stange befestigtes Tuch, das die Farben, das Zeichen eines Landes, eines Vereins, einer Gemeinschaft o. Ä. zeigt und als Symbol o. Ä. für etwas gilt»

Zum Terminus «Plakat» ist dem Duden zu entnehmen (online besucht am: 13. März 2025):

«grossformatiges Stück festes Papier mit einem Text [und Bildern], das zum Zwecke der Information, Werbung, politischen Propaganda o. Ä. öffentlich und an gut sichtbaren Stellen befestigt wird»

Hieraus ergibt sich die folgende Begriffsverwendung für die Definition von Fahnen und Plakaten, welche in der Reklameverordnung Eingang finden soll:

«Fahnen und Plakate im Sinne dieser Verordnung sind flache, in der Regel quadratische oder rechteckige Gegenstände aus Stoff, Karton, Papier oder ähnlichen Materialien, welche der freien Meinungsäusserung dienen.»

Entgegen den Begriffsbestimmungen aus dem Duden sollen Fahnen und Plakate im vorliegend gemeinten Sinn allein der freien Meinungsäusserung – etwa im Rahmen eines (politischen) Statements («SpangeNord», «PEACE») – dienen, *nicht aber für kommerzielle Werbezwecke* zur Verfügung stehen. Hierfür sind die Reklamen gemäss den Absätzen 3 und 4 (Fremd- und Eigenreklamen) von § 3 der Reklameverordnung vorgesehen.

### § 6 Abs. 1b (Firmenanschriften; ergänzt)

Der geltende § 6 Abs. 1b der Reklameverordnung unterstellt – ungeachtet des Standortes – unbeleuchtete, flach an der Fassade angebrachte Firmenanschriften von höchstens 0,5 m<sup>2</sup> der Bewilligungsfreiheit. Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass grössere Firmenanschriften in Arbeitszonen (vgl. § 46 Abs. 1 des Planungs- und Baugesetzes [PBG, SRL [Nr. 735](#)]) – gerade wenn sie unbeleuchtet sind – weit weniger störend in Erscheinung treten (vgl. § 140 PBG), als dies in den übrigen Zonen wie etwa in Kern-, Dorf- und Wohnzonen-, aber auch in der Landwirtschaftszone der Fall ist. Auch dürfte in Arbeitszonen, in denen in der Regel grössere Gebäude und Anlagen zu stehen kommen, der Bedarf an grösseren und damit besser sichtbaren Firmenanschriften erheblich grösser sein, als dies etwa in Zentrumsanlagen der Fall ist. Dies nicht zuletzt, damit Lieferantinnen und Lieferanten mit deren Transportfahrzeugen, aber auch Kundinnen und Kunden das richtige Gebäude mit dem Firmensitz der gesuchten Firma avisieren können. Aus diesem Grund dienen diese unbeleuchteten Firmenanschriften während des Tages – und damit in dem Zeitraum, in dem die meisten Unternehmen in den Arbeitszonen in der Regel ihre Lieferungen und Kundschaft empfangen – auch dem einfacheren Auffinden der gesuchten Lokalitäten. Ihnen kommt weniger eine Werbefunktion, sondern vielmehr eine (verkehrs-)leitende Funktion zu. Letztlich dürften mit grösseren und damit besser sichtbaren Firmenanschriften innerhalb der Arbeitszonen unnötige «Suchfahrten» von nicht Ortsansässigen vermieden werden können.

In Übereinstimmung mit der Stossrichtung des Postulats P 973 werden mit einer erweiterten Bewilligungsfreiheit von Firmenanschriften in einer bestimmten Grösse in Arbeitszonen auch die Bewilligungsbehörden entlastet.

Was die Dimensionierung der Firmenanschriften betrifft, für die künftig eine entsprechende Bewilligungsfreiheit gelten soll, so erscheint – in Analogie zu der für Reklamen für Wahlen und Abstimmungen zulässigen Grösse (vgl. § 6 Abs. 1e der Reklameverordnung) – eine Maximalgrösse von 3,5 m<sup>2</sup> als angemessen. Mit dieser einheitlichen Grösse soll eine Vergleichbarkeit der bewilligungsfrei zulässigen Reklamen und damit nicht zuletzt möglichst einfache Überprüfbarkeit durch die zuständigen Behörden gewährleistet werden.

Für die Anpassung in den übrigen Zonen ausserhalb der Arbeitszonen besteht aufgrund des Orts- und Landschaftsbildschutzes, und weil den Gemeinden der bisherige Beurteilungsbereich (vgl. hierzu Ziff. 2 zur Gemeindeautonomie) belassen werden soll, keine Veranlassung.

*§ 6 Abs. 1b<sup>bis</sup> (unbeleuchtete Eigenreklamen in Arbeitszonen; neu)*

Wie bereits ausgeführt, treten Firmenanschriften in der Arbeitszone weit weniger auffallend in Erscheinung als in einer Dorf-, Kern- oder Wohnzone. Dasselbe gilt für Reklamen, besonders wenn diese unbeleuchtet sind. Deshalb erscheint – nicht zuletzt im Sinn der vom Postulat P 973 geforderten Entlastung von Gesuchstellenden und Bewilligungsbehörden – die Einführung einer Bewilligungsfreiheit von unbeleuchteten Reklamen in Arbeitszonen bis zu einer gewissen Grösse als prüfenswert. Hinsichtlich Dimensionierung kann wiederum die bereits in der Reklameverordnung verankerte Grösse von 3,5 m<sup>2</sup> als Basis dienen (vgl. geltender § 6 Abs. 1e sowie neu ergänzter § 6 Abs. 1b).

Da diese Bestimmung einzig in Arbeitszonen zur Anwendung gelangen soll, wo in der Regel nicht mit grossen Passantenströmen zu rechnen ist, dürfte sich die Nachfrage nach solchen unbeleuchteten Reklamen in Grenzen halten. Dennoch ist nicht auszuschliessen, dass eine bewilligungsfreie Erstellung sowohl von Fremd-, als auch von Eigenreklamen in den vorgeannten Gebieten einen gewissen «Wildwuchs» solcher Reklamen nach sich ziehen könnte. Dieser würde aufgrund des in § 1 Abs. 2 der Reklameverordnung verankerten Schutzes des Orts- und Landschaftsbildes einen entsprechenden Aufwand der Gemeindebehörden durch nachträgliche Bewilligungsverfahren verursachen.

Auch ist nicht auszuschliessen, dass die bewilligungsfreie Erstellung von Reklamen die Reklameanschlagstellen von Plakatgesellschaften erheblich konkurrenziert: Bewilligungsfrei möglich ist – lediglich – das Anbringen von Fremdreklamen an Reklameanschlagstellen (§ 6 Abs. 1a der Reklameverordnung). Bei den Reklameanschlagstellen selber handelt es sich jedoch um baubewilligungspflichtige Bauten oder Anlagen (vgl. insbesondere § 184 PBG i.V.m. § 53 ff. der Planungs- und Bauverordnung [PBV, SRL [Nr. 736](#)] sowie §§ 7 ff. der Reklameverordnung; zudem: Richtlinien Reklameanlagen, S. 4). Während sich die Plakatgesellschaften somit nicht nur um den Erwerb der entsprechenden Bodenflächen oder um die Einräumung von Dienstbarkeiten für das Aufstellen von Reklameanschlagstellen, sondern auch um die Erteilung der entsprechenden Baubewilligungen – meist verbunden mit einer Ausnahmegewilligung zur Unterschreitung von Strassenabständen – bemühen müssen, dürften bei einer Bewilligungsfreiheit von Fremd- und Eigenreklamen in Arbeitszonen in der nächsten Nachbar-

schaft solcher Reklameanschlagstellen ohne Weiteres zusätzliche Reklamen aufgestellt werden. Dies würde nicht nur einen unerwünschten «Wildwuchs» befördern, sondern wäre aus Überlegungen der Gleichbehandlung nicht nachzuvollziehen. Denn es würde nicht verstanden, wenn sich jemand um die Erteilung von Bewilligungen für die Erstellung von Reklameanschlagstellen bemühen muss, und gleich angrenzend sowohl Eigen-, als auch Fremdreklamen bewilligungsfrei aufgestellt werden dürften. Die bewilligten Reklameanschlagstellen könnten dadurch gar obsolet werden. Dies spricht gegen bewilligungsfreie Fremdreklamen. Dementsprechend ist auch an der Regelung in § 19 Abs. 1 der Reklameverordnung, wonach Fremdreklamen grundsätzlich nur an bewilligten Reklameanschlagstellen gemäss § 3 Abs. 6 der Reklameverordnung angebracht werden dürfen, festzuhalten.

Zieht man indessen in Betracht, dass in Arbeitszonen in Zukunft die Erstellung von unbeleuchteten, an der Fassade angebrachten Firmenanschriften bis zu einer Grösse von 3,5 m<sup>2</sup> bewilligungsfrei zulässig sein soll (vgl. ergänzter § 6 Abs. 1b), so ist nicht einzusehen, weshalb dies nicht auch für unbeleuchtete Eigenreklamen möglich sein soll, die ebenso an der Gebäudefassade angebracht werden. Denn es kann den Unternehmen überlassen werden, ob sie mit einer blossen Firmenanschrift oder einer Eigenreklame auf sich aufmerksam machen wollen. Auch entspricht diese Lösung der geforderten Vereinheitlichung der Reklamebewilligungsverfahren.

Abschliessend ist festzuhalten, dass die Schaffung eines Meldeverfahrens nicht sachgerecht erscheint, würde dieses auf Stufe der Privaten doch ungefähr denselben Aufwand zur Erstellung der entsprechenden Unterlagen generieren. Auf Stufe Behörden ist der Aufwand sogar grösser: einerseits muss geprüft werden, ob tatsächlich ein bloss meldepflichtiger Tatbestand vorliegt. Sollte das nicht der Fall sein, müssen die Behörden andererseits aktiv werden und ein Baugesuch für Reklamen einfordern.

#### *§ 6 Abs. 1b<sup>ter</sup> (Fahnen und Plakate der freien Meinungsäusserung; neu)*

Das mehr oder weniger längerfristige Aufhängen von kleinen Fahnen und Plakaten im Rahmen der (politischen) freien Meinungsäusserung gehört seit einigen Jahren zum (politischen) Standardrepertoire. Grundsätzlich ist die Zulässigkeit derselben mit Blick auf die im geltenden § 6 Abs. 1e der Reklameverordnung verankerte Ausnahmebestimmung zumindest diskutabel, sieht letztere doch vor, dass Reklamen für Wahlen und Abstimmungen von höchstens 3,5 m<sup>2</sup> während sechs Wochen vor und fünf Tagen nach dem Wahl- oder Abstimmungstag zulässig sind. Im Umkehrschluss sind solche Fahnen oder Plakate ausserhalb dieser zeitlichen Periode gemäss geltender Regelung im Grundsatz unzulässig. Sie werden jedoch bisweilen toleriert, wobei gemeindeweise eine unterschiedliche Handhabung auszumachen ist. Deshalb wurden auch von Seiten der Gemeinden vermehrt Stimmen laut, wonach die Frage der Zulässigkeit von Fahnen und Plakaten mit politisch gefärbtem Hintergrund, jedoch ohne bestimmten Bezug zu einem Wahl- oder Abstimmungstermin, in der Reklameverordnung klärend zu regeln und damit kantonsweit zu vereinheitlichen sei. Dies auch vor dem Hintergrund, dass die heute geltende Regelung aufgrund der blossen Menge solcher Fahnen und Plakate, die aufgehängt sind, eigentlich kaum durchsetzbar ist. Eine strikte Umsetzung der bisherigen Rechtslage würde schliesslich erhebliche Ressourcen – mithin der Polizeiorgane, welche die Entfernung durchsetzen müssten – binden, die sinnvollerweise für dringlichere Angelegenheit einzusetzen sind.

Auch lässt sich ein striktes Verbot von Fahnen und Plakaten der (politischen) Meinungsäusserung mit Blick auf die in Art. 16 BV verankerten Meinungs- und Informationsfreiheit nicht durchsetzen: Die freie Meinungsäusserung zu einem politisch oder gesellschaftlich relevanten Thema liegt nicht nur im privaten Interesse der jeweiligen Grundrechtsträgerin bzw. des jeweiligen Grundrechtsträgers, sondern entspricht in der Demokratie auch einem gewichtigen öffentlichen Interesse (RECHSTEINER/ERRASS, Kommentierung von Art. 16 BV, in: St. Galler Kommentar, die Schweizerische Bundesverfassung, 4. Aufl. 2023, Rz. 35). Die verfassungsmässige Garantie der freien Meinungsäusserung verleiht jeder und jedem Einzelnen das Recht, der Öffentlichkeit oder Privatpersonen Meinungen und Informationen ohne Behinderung durch Behörden mitzuteilen und sich dazu aller erlaubten und zweckmässigen Mittel zu bedienen (siehe etwa BGE 107 Ia 226 ff. [229], E. 4b/aa). Geschützt sind alle Ausdrucksmittel und -formen, die sich zur Kommunikation eignen, so namentlich das gesprochene und geschriebene Wort, der Aushang von Plakaten (BGE 138 I 274 ff. [281], E. 2.2.1) oder der Einsatz von Fahnen (BGE 107 Ia 59 ff. [62], e. 5b; vgl. zum Ganzen RECHSTEINER/ERRASS, Kommentierung von Art. 16 BV, in: St. Galler Kommentar, die Schweizerische Bundesverfassung, 4. Aufl. 2023, Rz. 19).

Dass Fahnen und Plakate der freien Meinungsäusserung somit aufgrund verfassungsrechtlicher Überlegungen zuzulassen sind, heisst nun nicht, dass jede Dimension solcher Fahnen und Plakate toleriert werden muss, oder diese überall hingenommen werden müssten. So hält denn auch zum einen – wie bereits dargelegt – § 1 Abs. 2 der Reklameverordnung fest, dass der Schutz des Orts- und Landschaftsbildes, der Kultur- und Naturdenkmäler sowie der Aussichtspunkte ebenso zu gewährleisten ist. Diese Bestimmung gibt ein erstes Korrektiv an die Hand, sollten einzelne solcher Fahnen und Plakate oder aber deren schiere Anzahl mit einem bestimmten Standort nicht verträglich sein. Auch muss – nicht zuletzt im Sinne und Interesse der Gleichbehandlung sämtlicher Meinungen, wiederum aber auch zum Schutz des Orts- und Landschaftsbildes – festgelegt werden, welche Grösse solche Plakate und Fahnen einnehmen sollen. In Anbetracht dessen, dass gemäss geltendem § 6 Abs. 1b der Reklameverordnung unbeleuchtete, flach an der Fassade angebrachte Firmenanschriften von höchstens 0,5 m<sup>2</sup> als nicht störend erachtet werden, erscheint die analoge Anwendung derselben Vorgaben – unbeleuchtet, flach an der Fassade angebracht, in einer Grösse von höchstens 0,5 m<sup>2</sup> – auch auf Fahnen und Plakate der freien Meinungsäusserung als angemessen. Die Abmessungen der bereits aktuell sichtbaren Fahnen und Plakate der freien Meinungsäusserung dürften sich ungefähr innerhalb dieser Dimensionen befinden und mit der neuen Verordnungsbestimmung somit zulässig sein. Der guten Ordnung halber sei festgehalten, dass mit «Fassade» im Sinne dieser Bestimmung auch Balkone, Fenster, Scheunenwände etc. gemeint sind.

Klarstellend ist vorliegend schliesslich zweierlei anzubringen: Unter die freie Meinungsäusserung im Sinne der Verfassung fällt einerseits nicht allein die *politische* Meinungsäusserung, vielmehr gilt die freie Meinungsäusserung etwa auch in Bezug auf Bauvorhaben (z. B. «SpangeNord»), Gender- und Gleichstellungsfragen (z. B. Regenbogenfahne), Biodiversität, Tierhaltung usw. Was für die freie Meinungsäusserung im Allgemeinen gilt, hat auch für die freie Meinungsäusserung mittels Fahnen und Plakaten Geltung. Andererseits ist darauf hinzuweisen, dass trotz der nun geregelten Zulässigkeit von Fahnen und Plakaten der freien Meinungsäusserung auch das fremde Eigentum zu respektieren ist (vgl. Art. 26 BV): Die betroffenen Eigentümerschaften etwa von Wohnhäusern und Gebäuden, können das Aufstellen solcher Fahnen und Plakaten der freien Meinungsäusserung zwar auf Zusehen hin *gestatten*. Ihre Grenze findet das freie Aufstellen solcher Plakate und Fahnen aber dann, wenn dies ohne Ein-

willigung oder gar gegen den ausdrücklichen Willen der betroffenen Grundeigentümerschaften oder Anlagenbesitzer geschieht. Dies gilt sowohl für private als auch für öffentliche Grundstücke. Entsprechend wird im Wortlaut des Verordnungsentwurfs – anders als im Postulat [P 935](#) formuliert – auch keine ausdrückliche Eingrenzung auf private Gebäudefassaden gemacht.

### **3 Hinweise zu weiteren Bestimmungen der Reklameverordnung**

#### *Hinweis zu § 1 Absatz 2 sowie § 15 Absatz 1*

§ 1 Abs. 2 der Reklameverordnung hält fest, dass die Reklameverordnung der Verkehrssicherheit sowie dem Schutz des Orts- und Landschaftsbildes, der Kultur- und Naturdenkmäler und der Aussichtspunkte dient. Nach § 15 Abs. 1 der Reklameverordnung sind Reklamen namentlich verboten, wenn sie die Verkehrssicherheit beeinträchtigen (lit. a), durch ihre Ausgestaltung oder Häufung das Orts- oder Landschaftsbild beeinträchtigen (lit. b) oder an einzelnen Schutzobjekten wie Natur- und Kulturdenkmälern oder Aussichtspunkten angebracht werden sollen (vgl. lit. c). Die vorgenannten Bestimmungen können durch die geplante Ausweitung der Bewilligungsfreiheit nicht übersteuert werden. Auf der Grundlage der §§ 1 Abs. 2 und 15 der Reklameverordnung ist es den Gemeinden und Polizeiorganen weiterhin gestattet zu verlangen, sämtliche nach Änderung der Reklameverordnung grundsätzlich neu bewilligungsfrei zulässigen Firmenanschriften, Fremd- und Eigenreklamen sowie Fahnen und Plakate der freien Meinungsäußerung im Sinne und Interesse der Verkehrssicherheit, dem Schutz des Orts- und Landschaftsbildes, der Kultur- und Naturdenkmäler sowie der Aussichtspunkte zu untersagen oder einer (nachträglichen) Bewilligungspflicht zu unterstellen.

#### *Hinweis zu § 3 Absatz 3 und 4*

Auch Fahnen und Plakate der freien Meinungsäußerung könnten unter § 3 Abs. 3 und 4 der Reklameverordnung subsumiert werden und bereits aus diesem Grund zulässig sein, weil beide Bestimmungen festhalten, dass sowohl Eigen- als auch Fremdreklamen für «[...] Ideen und dergleichen [...]» werben, die mit dem Standort der Reklame in einem örtlichen Zusammenhang stehen (Eigenreklame) oder eben nicht (Fremdreklame). Umgekehrt wäre bei dieser Lesart nun, da mit § 6 Abs. 1b<sup>ter</sup> des Änderungsentwurfs der Reklameverordnung eine spezifische Bestimmung für Fahnen und Plakate der freien Meinungsäußerung geschaffen wird, die entsprechende Passage betreffend «Ideen und dergleichen» in § 3 Abs. 3 und 4 der Reklameverordnung zu streichen.

Diese bewusst offen gehaltene Aufzählung in § 3 Abs. 3 und 4 der Reklameverordnung soll jedoch nicht angepasst werden, um den Begriff der Eigen-, bzw. Fremdreklame nicht unnötig einzuschränken. Eine Streichung dieser Passage würde letztlich lediglich zu neuen Umsetzungsschwierigkeiten führen. So wäre beispielsweise in dem Zusammenhang fraglich, ob durch die Möglichkeiten beispielsweise von politischen Parteien, einer Glaubensrichtung, eines Branchenverbandes und weiteren gekappt würden, für ihre «Ideen und dergleichen», die mit dem Standort der Reklame in einem örtlichen Zusammenhang stehen (Eigenreklame), zu werben (§ 3 Abs. 3 der Reklameverordnung). Eine solche Einschränkung dürfte sich unter Berücksichtigung von Art. 16 BV als unzulässig erweisen. Ebenso soll es politischen Parteien, weiteren Organisationen oder auch Interessenvertretungen weiterhin unbenommen sein – die Einhaltung der übrigen sich aus der Reklameverordnung ergebenden Voraussetzungen berücksichtigend – auf ihre «Ideen und dergleichen» im Rahmen einer Fremdreklame (§ 3

Abs. 4 Reklameverordnung) aufmerksam zu machen. Diese Optionen würden mit einer Streichung der Passage «Ideen und dergleichen» in § 3 Abs. 3 und 4 der Reklameverordnung genommen.

#### *Hinweis zu den §§ 18 und 20*

Die §§ 18 Abs. 1 (betreffend Eigenreklamen) und 20 Abs. 1 (betreffend Firmenanschriften) der Reklameverordnung sollen unverändert belassen werden. Sie geltend für Firmenanschriften und Eigenreklamen sowohl innerhalb oder ausserhalb von Arbeitszonen. Pro Betrieb oder Firma sind je Fassade weiterhin eine Eigenreklame bzw. abhängig von der Grösse der Fassade höchstens zwei Firmenanschriften zulässig. An der strassenseitigen Fassade sind weitere Eigenreklamen bzw. Firmenanschriften gestattet, wenn sie parallel zur Strasse angebracht werden.

## **4 Personelle und finanzielle Auswirkungen**

Die geplanten Verordnungsanpassungen dürften – den Postulaten entsprechend – zu einer – wenn auch überschaubaren – Reduktion des Aufwands seitens Privater und Behörden führen. So werden die Unternehmen, nachdem sie grössere Firmenanschriften bzw. neuerdings auch Eigenwerbung bis zu einer bestimmten Dimension an den Fassaden ihrer Gebäude anbringen dürfen, davon entlastet, in Arbeitszonen hierfür entsprechende Bewilligungen einzuholen. Andererseits werden auch die zuständigen staatlichen Organe – Gemeinden sowie Polizei – entlastet: so fällt für die Firmenanschriften und Eigenreklamen, für die keine Bewilligungen eingeholt werden muss, kein Bewilligungsaufwand auf Behördenseite mehr an. Ebenso werden die Polizeiorgane nicht mehr eingreifen müssen, um das Aufhängen von Fahnen und Plakaten der freien Meinungsäusserung zu unterbinden, solange diese den nun in der Reklameverordnung verankerten Voraussetzungen entsprechen.

## **5 Inkrafttreten**

Abhängig von den Rückmeldungen aus der Vernehmlassung wird die Verordnungsänderung dem Regierungsrat zum Beschluss vorgelegt. Zusammen mit diesem Beschluss legt der Regierungsrat das Inkrafttreten fest.