

Regeln im Plakatwald

BIEL / Mit einem neuen Reklamereglement will die Stadt klare Regeln für die Plakatierung auf öffentlichem und privatem Grund schaffen. Damit geht eine Übergangsperiode der Rechtsunsicherheit zu Ende.

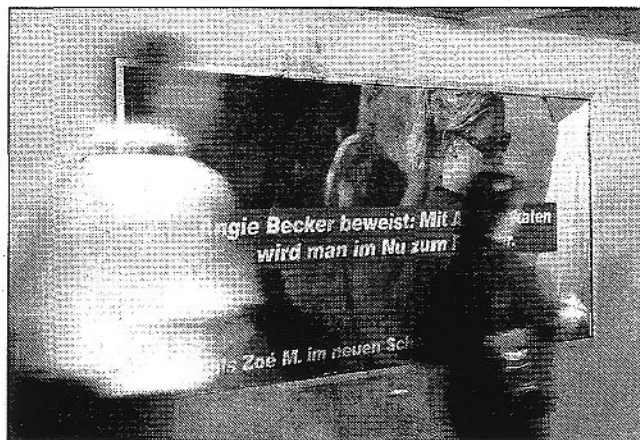
MIKE SOMMER

Werbung will auffallen und ist selten diskret. Zu viele Reklametafeln können deshalb ein Ortsbild ganz schön verunstalten. Was den öffentlichen Grund – vorwiegend Strassen und Plätze – anbelangt, fanden die Behörden von Biel schon vor einigen Jahren eine Lösung, die den Wildwuchs eindämmt: Im Rahmen eines Plakatierungskonzepts wurden die Stellen, wo geworben werden darf, um fast die Hälfte reduziert. Rund 1,6 Millionen Franken bezahlt die Allgemeine Plakatgesellschaft (APG) der Stadt jedes Jahr, um auf deren Grundbesitz werben zu dürfen. Der Vertrag zwischen APG und Stadt dauert noch acht Jahre.

Problematischer gestaltete sich eine Lösung für private Grundstücke. Eine im März 2000 in Kraft getretene kantonale Verordnung erklärte zwar die Gemeinden für die Erteilung von Reklambewilligungen für zuständig. Weil im kommunalen Baureglement Reklametafeln nicht vorkommen, mussten die Behörden entsprechende Baugesuche aber stets bewilligen. Dies führte zu einigen «gravierenden Fällen», wie der Bieler Finanzdirektor Hans Stöckli gestern vor den Medien sagte. Beispielsweise beim Brühlplatz mussten Baubewilligungen erteilt werden, obschon die betref-

fenden Tafeln die Wohnqualität der Anwohner und das Stadtbild beeinträchtigen.

Wie die Lücke geschlossen werden kann, zeichnete sich erst letzten Juni ab. Damals erliess der Kanton die Weisung, dass Bestimmungen der Gemeinden, welche die Reklambewilligung regeln,



Werbepлакate prägen das Stadtbild.

BÉATRICE FLÜCKIGER

im Rahmen der kantonalen Baugesetzgebung zu erlassen seien – also mit öffentlicher Auflage und kantonaler Genehmigung.

Keine Einsprachen

Dies hat Biel nun getan: Ein neues Reglement, das nächste Woche dem Stadtrat und im März dem Volk vorgelegt wird, schliesst

die gesetzlichen Lücken. Es gibt den Behörden die Handhabung, bei Reklamen auf Privatgrund die gleichen Anforderungen durchzusetzen wie bei jenen auf städtischem Terrain.

Ein Punkt freute Hans Stöckli, den städtischen Liegenschaftsverwalter Hans-Peter Schwab und den mit der Erarbeitung des Re-

glements beauftragten Berner Fürsprecher Urs Eymann gleichermassen: Anlässlich der öffentlichen Auflage ging keine einzige Einsprache gegen das Reglement ein. Schwab: «Das liegt wohl daran, dass wir nicht sagen, wo man nicht plakatiert darf, son-

dern wo man darf.» In der Tat regeln spezielle Plakatierungspläne, wo in der Stadt welche Reklameträger eingesetzt werden dürfen.

Den Reklamefirmen erschienen diese ausgeschiedenen Standorte anscheinend als ausreichend.

Biel nehme mit der nun gefundenen Lösung eine Pionierrolle im Kanton ein, wurde gestern betont. Bereits hätten sich zahlreiche Gemeinden nach dem neuen Reglement erkundigt.

Besonders erfreulich sei, so Stöckli, dass die im Vorfeld zur Expo.02 aggressiv auf den Bieler Markt drängenden Reklamefirmen nicht mehr von den bisherigen Gesetzeslücken profitieren können, bis das neue Reglement nächstes Jahr in Kraft tritt. Weil die Baugesetzgebung massgebend ist, können seit dem 13. September – dem Beginn der öffentlichen Auflage – eingereichte Reklamesuche nur noch bewilligt werden, wenn sie den neuen Vorschriften entsprechen.

