KANTON
NIDWALDEN

REGIERUNGSRAT

PROTOKOLLAUSZUG

Dorfplatz 2, Postfach 1246, 6371 Stans
Telefon 041 618 79 02, www.nw.ch

REVISION
DER REKLAMEGESETZGEBUNG

Ergebnis der Vernehmlassung

Stans, 1. Juli 2025

Titel:	Revision der Reklamegesetzgebung	Typ:	Bericht Direktion	Version:	
Thema:	Ergebnis der Vernehmlassung	Klasse:		FreigabeDatum:	01.07.25
Autor:		Status:		DruckDatum:	01.07.25
Ablage/Name:	Auswertung externe Vernehmlassung.docx			Registratur:	2015.NWBD.71

Inhalt

1 Abkürzungen 4

2 Einleitung 5

3 Gesamturteil 5

3.1 Allgemeine Bemerkungen 5
3.1.1 Parteien 5
3.1.2 Gemeinden 6
3.2 Zusammenfassung 6

4 Bemerkungen im Einzelnen 7

1 Abkürzungen

Damit im Text mit Abkürzungen gearbeitet werden kann, werden hier die Abkürzungen der Vernehmlassungsteilnehmenden aufgeführt.

Parteien

Die Mitte	Die Mitte
FDP	FDP.Die Liberalen
GN	Grüne Nidwalden
SVP	Schweizerische Volkspartei
SP	Sozialdemokratische Partei der Schweiz
GLP	Grünliberale Partei Schweiz

Politische Gemeinden

BEC	Beckenried
BUO	Buochs
DAL	Dallenwil
EMT	Emmetten
EBÜ	Ennetbürgen
EMO	Ennetmoos
HER	Hergiswil
ODO	Oberdorf
STA	Stans
SST	Stansstad
WOL	Wolfenschiessen

Weitere

DSB	Datenschutzbeauftragte

2 Einleitung

Der Regierungsrat hat mit Beschluss Nr. 778 vom 17. Dezember 2024 die Entwürfe der Baudirektion zur Änderung des Gesetzes über die Raumplanung und das öffentliche Baurecht (Planungs- und Baugesetz, PBG; NG 611.1) und zur Totalrevision der Verordnung über Aussen- und Strassenreklamen (revReklamenverordnung, revReklV; NG 611.12) verabschiedet und diese bis zum 28. März 2025 in die externe Vernehmlassung gegeben.

Zur Vernehmlassung wurden die im Landrat vertretenen politischen Parteien (6), die Jungparteien (3) und die politischen Gemeinden (11) eingeladen.

	Stellungnahmen eingeladener Vernehmlassungsteilnehmenden	Spontane Stellungnahmen	Verzicht auf Stellungnahme / Keine Stellungnahme
Im Landrat vertretene Parteien	4	-	2
Jungparteien	-	-	3
Politische Gemeinden	11	-	-
Andere	-	-	1
Total	**15**		**6**

3 Gesamturteil

3.1 Allgemeine Bemerkungen

3.1.1 Parteien

FDP

Die FDP macht diverse zusammenfassende Ausführungen zu den im Rahmen der vorliegenden Revision der Reklamengesetzgebung vorgesehenen Anpassungen sowie Erläuterungen. Mit dem vorgeschlagenen Vorgehen sowie den Präzisierungen ist sie einverstanden.

SVP

Die SVP ist der Meinung, dass bei § 15 der revReklV für politische Reklamen und bei Reklamen für Veranstaltungen nur noch rechteckige Formen zu verwenden sei, nicht nötig sei und erachtet dies als bürokratische Einschränkung, welche die Kreativität unnötig einenge. So seien schon mit losen Siloballen oder auch mit einem Schild in Form einer Alphütte Werbung für eine Abstimmung oder für eine Veranstaltung gemacht worden. Mit der maximalen Grösse von 3.5 m^2 hingegen könnten sie sich noch abfinden.

Die Mitte

Grundsätzlich begrüsst die Mitte die Revision der Reklamengesetzgebung. Insbesondere lasse die Verordnung eine gewisse Mindestgrösse von Reklametafeln ohne Bewilligung zu. Dies sei speziell bei Wahlwerbung oder Hinweisen auf Sportanlässe, Theater und Konzerte von Bedeutung. Dass menschengrosse Plakate aus Sicherheitsüberlegungen nicht mehr ohne Bewilligung möglich sein sollen, könnten sie absolut unterstützen. Ebenfalls sei es richtig, dass blinkende und beleuchtete Reklamen bewilligungspflichtig sein müssen. Die Mitte beantragt

jedoch, dass der Abstand von freistehenden Reklamen zu Trottoirs oder Radwegen 2 m (anstatt wie vorgesehen 3 m) betragen muss und dass in begründeten Fällen die Kantonspolizei auch kleinere Abstände verfügen beziehungsweise bei der Bewilligungsbehörde beantragen kann (§ 9 Abs. 2 revReklV).

Grüne

Die Grünen Nidwalden unterstützen im Grundsatz die vorliegende Revision. Mit der Totalrevision werde die Reklamenverordnung aktualisiert, neu strukturiert und entschlackt. Sie führe zu einer klareren und vereinfachten Unterscheidung der Reklamearten und zu vereinfachten Verfahren, welche keine Baubewilligung benötigen. Die einheitliche, kantonsweite Regelung für beleuchtete oder leuchtende Reklamen sowie politischer Werbung werde begrüsst. Sie stellen den Antrag, dass in § 16 revReklV die Bewilligungspflicht für beleuchtete und leuchtende Reklamen die Betriebseinschränkungen nebst der Nacht auch auf Sonn- und Feiertage ausgeweitet werden. Ausgenommen sollen Betriebe bleiben, welche auch an Sonn- und Feiertagen geöffnet sind.

3.1.2 Gemeinden

Sämtliche Gemeinden haben zur Revision der Reklamengesetzgebung Stellung genommen. Grundsätzlich werden die beiden Revisionen durch die Gemeinden unterstützt, mit einer Ausnahme. Eine Gemeinde nämlich begrüsst die Totalrevision in den wesentlichen Zügen, kann diese aber in der vernehmlassten Form noch nicht unterstützen. Dazu sei der Verordnungsentwurf gemäss den Anträgen ihrer Stellungnahme zu überarbeiten.

Mit der vorgesehenen Teilrevision von Art. 97 PBG sind die Gemeinden einverstanden.

Hinsichtlich der Totalrevision der Reklameverordnung sind zahlreiche Fragen, Anmerkungen und Änderungsanträge eingegangen. Für mehrere Vernehmlassungsteilnehmende stellt sich die Frage, ob es richtig ist, wenn nur Veranstaltungsreklamen mit Veranstaltungen in der eigenen Gemeinde bewilligungsfrei aufstellbar sind. Zudem lassen sich kontroverse Meinungen zur verlangten rechteckigen Grundform für bewilligungsfreie politische Reklamen und Veranstaltungsreklamen finden. Auch ist eine Erweiterung der vorgesehenen Betriebseinschränkungen von beleuchtenden und leuchtenden Reklamen von vereinzelten Vernehmlassungsteilnehmenden beantragt. Insgesamt sind zahlreiche Rückmeldungen eingegangen, die jedoch hauptsächlich Einzelthemen betreffen. Eine Häufung von Rückmeldungen zum gleichen Inhaltsgegenstand ist lediglich bei der örtlichen Einschränkung von Veranstaltungsreklamen auszumachen, ansonsten betreffen die Anmerkungen und Anträge in der Tendenz unterschiedliche Themen.

3.2 Zusammenfassung

Die Revision der Reklamengesetzgebung wird von den im Landrat vertretenen Parteien und den Gemeinden im Grundsatz begrüsst. Gegen die Teilrevision des PBG sind keine Vorbehalte zu verzeichnen. Der damit verankerte Wechsel des Verordnungsgebers vom Landrat an den Regierungsrat wird nicht in Frage gestellt. Die Totalrevision der Reklameverordnung wird grossmehrheitlich unterstützt, wobei diesbezüglich diverse Fragen, Anmerkungen und Anträge eingegangen sind. Eine Gemeinde begrüsst die Totalrevision in den wesentlichen Zügen, kann diese aber in der vernehmlassten Form noch nicht unterstützen, dazu sei der Verordnungsentwurf gemäss den Anträgen ihrer Stellungnahme zu überarbeiten.

Eine Häufung von Rückmeldungen zum gleichen Inhaltsgegenstand ist lediglich bei der revReklV zur örtlichen Einschränkung von bewilligungsfreien Veranstaltungsreklamen auszumachen, ansonsten betreffen die Anmerkungen und Anträge in der Tendenz Einzelthemen.

Im Detail wird sodann auf die nachstehende tabellarische Übersicht unter Ziff. 4 «Bemerkungen im Einzelnen» verwiesen. Darin werden die Eingaben und Anträge paragraphen- beziehungsweise themenspezifisch behandelt.

4 Bemerkungen im Einzelnen

PBG	**Anregungen/Bemerkungen**	**Wer**	**Stellungnahme RR**
Keine Anmerkungen oder Änderungsanträge zu Anpassungen im PBG		FDP, SVP, Mitte, Grüne, BEC, BUO, DAL, EBÜ, EMO, HER, ODO, STA, SST, WOL	**Kenntnisnahme**
Anmerkungen und Anträge zu Anpassungen im PBG	Im PBG soll eine Grundsatznorm geschaffen werden, um die notwendigen Anpassungen rechtlich zu verankern und somit das Reklamengesetz zu stärken.	EMT	**Ablehnung** Eine Grundsatznorm zur rechtlichen Verankerung der notwendigen Anpassungen sowie der Stärkung der Reklameverordnung ist im Entwurf des neuen Art. 97 PBG bereits vorgesehen.
RekIV	**Anregungen/Bemerkungen**	**Wer**	**Stellungnahme RR**
Keine Anmerkungen oder Änderungsanträge zu Anpassungen in der RekIV		FDP, SST, WOL	**Kenntnisnahme**
§ 1	*Keine Bemerkungen*		
§ 2	Der Begriff Strassenreklame ist für den juristischen Laien schwierig zu fassen, womit eine Umschreibung dieses Reklamentyps hilfreich wäre. Da die Definition aber im Strassenverkehrsrecht abschliessend geregelt ist, wäre eine Abhandlung im Rahmen eines Merkblatts hilfreich! Dies ermöglicht dennoch eine rasche Anpassung, wenn die zugrunde liegende Gesetzgebung ändert.	EBÜ	**Kenntnisnahme** Die Ausarbeitung eines Merkblatts wird geprüft.
§ 2 Abs. 2 und 3	"Massgebendes Unterscheidungskriterium von Eigen- und Fremdreklamen ist der örtliche Zusammenhang zwischen Firma, Betrieb, Produkt oder Dienstleistung einerseits und der damit verbundenen Reklame andererseits." Beispiel: Eine KMU ist nicht direkt an einer Hauptstrasse situiert; beispielsweise 2. Häusertiefe. Stellt eine Reklame entlang der Strasse für diese KMU nun eine Fremdreklame dar, da sich die Reklame nicht direkt am Standort der KMU befindet? Wo findet betreffend örtliche Distanz zwischen Unternehmen und Reklame die Unterscheidung zwischen Eigen- und Fremdreklame statt?	EBÜ	**Kenntnisnahme** Massgebendes Kriterium einer Eigenreklame ist grundsätzlich die Standortgebundenheit zum beworbenen Betrieb, Produkt, Dienstleistung und dergleichen. Eine Eigenreklame steht demnach auf demselben Grundstück wie beispielsweise die damit beworbene Firma oder das angepriesene Produkt. Eine Strassenreklame entlang der Hauptstrasse für eine KMU, welche in der 2.

			Häusertiefe ist, stellt somit grundsätzlich eine Fremd- und keine Eigenreklame dar.
§ 3 Abs. 3	§ 3 RekIV erklärt nicht, wie es ausserhalb der Bauzone geregelt ist.	EBÜ	**Kenntnisnahme** Die Abgrenzung wird gestützt auf das Siedlungsgebiet und nicht auf Kriterien wie "innerhalb und ausserhalb der Bauzone" gemacht, wobei dies oft deckungsgleich ist. Eine detailliertere Unterscheidung in Bezug auf einzelne Zonen verkompliziert es unnötig und ist nicht zielführend.
§ 3 Abs. 3	Gemäss § 3 Abs. 3 der Reklameverordnung sind ausserhalb des Siedlungsgebietes Reklameanschlagstellen und Informationstafeln sowie unter Vorbehalt von § 15 Fremdreklamen unzulässig. Es wird davon ausgegangen, dass Fremdreklamen, welche auf Anhänger montiert werden und in einer Landwirtschaftsfläche aufgestellt werden, nicht mehr zulässig sind. Die Frage stellt sich jedoch auch, ob die Politischen Reklamen und Veranstaltungsreklamen neu nur noch innerhalb des Siedlungsgebietes aufgestellt werden dürfen. In Beckenried ist eine beliebte Stelle für Politische Reklamen und Veranstaltungsreklamen des sich oberhalb der Kantonsstrasse befindliche Landwirtschaftsland (keine Bauzone). Das Siedlungsgebiet befindet sich jedoch nur unterhalb der Kantonsstrasse.	BEC	**Kenntnisnahme** Politische und Veranstaltungsreklamen, welche die Voraussetzungen gemäss § 15 erfüllen, können (sofern die weiteren Voraussetzungen erfüllt sind) bewilligungsfrei auch ausserhalb des Siedlungsgebietes aufgestellt werden. Wahlplakate können somit ausserhalb des Siedlungsgebietes bewilligungsfrei platziert werden, sofern sie eine rechteckige Grundform mit einer Fläche von höchstens 3.5 m^2 aufweisen und sieben Wochen vor bis eine Woche nach dem Wahl- oder Abstimmungstag beziehungsweise der örtlichen Veranstaltung aufgestellt sind. Erfüllen sie diese Voraussetzung nicht, sind sie ausserhalb des Siedlungsgebietes unzulässig.
§ 3 Abs. 3	Empfehlungen und Hinweise: § 3 Abs. 3: Mit der Einordnung von Reklameanschlagstellen ausserhalb der Siedlung als unzulässig werden diese richtigerweise nach Art. 24 RPG als nicht standortgebunden eingeordnet.	STA	**Kenntnisnahme**
§ 4	Grundsätzlich unterstehen Reklamen im Freien oder in Bauten und Anlagen mit Wirkung ins Freie einer Bewilligungspflicht. Die RekIV definiert, welche Reklamen von der Bewilligungspflicht ausgenommen werden und somit bewilligungsfrei sind. Für baubewilligungspflichtige Reklamen hingegen ist das Baubewilligungsverfahren gemäss dem Bundesgesetz über die Raumplanung (Raumplanungsgesetz, RPG, SR 700) und dem kantonalen PBG massgebend. Es wird somit zwischen baubewilligungs-	EMO	**Ablehnung** Müsste für jede Reklame, die nicht bewilligungsfrei ist, ein Baubewilligungsverfahren durchgeführt werden, würde dies zu einem längeren und aufwendigeren Verfahren mit Mehrkosten führen und

	pflichtigen, bewilligungspflichtigen und bewilligungsfreien Reklamen unterschieden. Die Unterscheidung zwischen baubewilligungspflichtigen und bewilligungspflichtigen Reklamen erachten wir in der praktischen Umsetzung als schwierig. Ausserhalb der Bauzonen verändern die Reklamen grundsätzlich immer das Erscheinungsbild und tangieren raumplanerische Aspekte. Somit besteht ein grundsätzliches öffentliches Interesse oder ein Interesse der Nachbarn. Die meisten Bauzonen der Gemeinden sind mit Ortsbildschutz oder landschaftlich empfindliches Siedlungsgebiet überlagert. Somit besteht auch in den Bauzonen ein öffentliches Interesse die Reklamen einer Baubewilligungspflicht zu unterstellen. Ein "einfaches" Reklamegesuch braucht in der Regel dieselben Unterlagen und unterscheidet sich nur durch Auflage und Baugespann. Antrag: Auf die Reklamebewilligung im "einfachen" Verfahren kann verzichtet werden. Es genügt die Unterscheidung Bewilligungsfreiheit § 4 und Baubewilligungsverfahren § 5 ff.		wäre demnach nicht bürgerfreundlich. Neben einem kostenpflichtigen Baugespann käme es nämlich zu einem zeitaufwendigen Auflage- und allenfalls Einwendungsverfahren sowie einem umfangreicheren Einbezug der kantonalen Stellen. Dies führt zu einem unnötigen Zeit- und Kostenaufwand, welcher zu vermeiden ist.
§ 4	Fragen zu § 4 und § 15: Wie viele (Anzahl) von diesen bewilligungsfreien Reklamen sind zulässig? Zur Anzahl von bewilligungsfreien Reklamen ist lediglich im § 3 Abs. Ziff. 2 und § 11 Abs. 1 erwähnt, dass Reklamen unzulässig sind, wenn die Häufung das Orts- oder Landschaftsbild beeinträchtigen.	ODO	**Kenntnisnahme** Eine genaue Anzahl soll nicht festgelegt werden und muss in jedem Einzelfall beurteilt werden. Das Orts- oder Landschaftsbild darf durch Reklamen nicht beeinträchtigt werden. Es hat eine Interessenabwägung stattzufinden gegenüber anderen Interessen wie beispielsweise die in der Bundesverfassung verankerte Meinungs- und Informationsfreiheit.
§ 4 Abs. 1 Ziff. 2	Betreffend Firmenfahnen: Verstehen wir es richtig, dass solche, sofern sie die in § 4 Abs. 1 Ziff. 2 genannte Fläche von 1.5 m^2 nicht übersteigen, bewilligungsfrei und dauerhaft aufgehängt werden dürfen? Wir sind der Meinung, dass dies möglich sein sollte. Entsprechend sollte nur das einmalige Erstellen der im Boden fest verankerten Fahnenstange bewilligungspflichtig sein (Baubewilligung).	EBÜ	**Gutheissung** Firmenfahnen (die der Werbung dienen) sind bewilligungsfrei erstellbar, sofern sie die Voraussetzungen von § 4 Abs. 1 Ziff. 2 erfüllen. Damit auch praxisgemässe Firmenfahnen auf mobilen Flaggenständer bewilligungsfrei erstellbar sind, wird § 4 Abs. 1 Ziff. 2 wie folgt angepasst: "Firmenanschriften und mobile Firmenfahnen von höchstens 2.5 m^2 Fläche". Fahnenstangen mit einer im Boden fest verankerten Fahnenstange sind hingegen baubewilligungspflichtig

			gemäss Raumplanungsgesetz, bzw. PBG.
§ 4 Abs. 1 Ziff. 2	Damit die Reklameanschlagstellen, Firmenanschriften und mobilen Firmenfahnen nicht überborden, soll die zugestandene Fläche pro Gebäude gelten. Ziel muss sein, dass das Gesamtbild im Dorf, der Gemeinde ruhig bleibt und die Reklamen, Firmenanschriften nicht ausufern. § 4 Abs.1 Ziffer 2 Reklameverordnung Firmenanschriften und mobile Firmenfahnen von höchstens **insgesamt** 1.5 m^2 Fläche **pro Gebäude**.	HER	**Ablehnung** Für Eigenreklamen legt § 13 die maximale Anzahl pro Fassade und Betrieb im Grundsatz fest. Für übrige Reklamen schreibt die Reklameverordnung keine Maximalzahl vor. Es gilt aber in jedem Fall § 11, wonach übermässige Reklamen zum Schutz des Ortsbild- oder Landschaftsschutz unzulässig sind. Die Gemeinden können somit ausufernde Firmenanschriften und Reklamen aufgrund einer entsprechenden Interessenabwägung verbieten. Zudem können sie gestützt auf Art. 97 Abs. 4 PBG in ihren Nutzungsplanungen weitere Einschränkungen für schützenswerte Ortsbilder erlassen. Eine weitergehende Regelung ist daher nicht angezeigt.
§ 4 Abs. 1 Ziff. 3	§ 4 regelt bezüglich Angebotstafeln, dass diese nur auf der Parzelle des jeweiligen Betriebes aufgestellt werden dürften. Somit wäre es etwa für ein Restaurant, welches etwas abseits gelegen wäre, nicht möglich, an einer besseren belaufenden Gegend eine Angebotsreklame aufzustellen. Dies wird jedoch als nicht sinnvoll erachtet. Vgl. hierzu auch Bemerkung zur Unterscheidung Eigen- und Fremdreklame betreffend örtliche Distanz zwischen Reklame und Betrieb.	EBÜ	**Ablehnung** Grundsätzlich will man mit der neuen Reklameverordnung ein Wildwuchs an Reklamen verhindern. Lässt man unter anderem auch Angebotstafeln ausserhalb der Parzelle bewilligungsfrei zu, kann dies dem angestrebten Ziel entgegenlaufen. Zudem ist eine Angebotstafel ausserhalb der Parzelle eine Fremdreklame und damit immer noch grundsätzlich bewilligungsfähig (innerhalb des Siedlungsgebietes). Demnach wird auf eine Erweiterung der Bewilligungsfreiheit von Angebotstafeln verzichtet.
§ 4 Abs. 1 Ziff. 3	Anmerkungen und Hinweise: Einerseits ist hierzu zu beachten, dass Urheber/innen von Angebotstafeln oftmals nicht selbst Eigentümer/innen sind (beispielsweise Restaurantpächterinnen und -pächter). Der Begriff "auf eigenem Grund" ist daher nochmals zu überprüfen. Im Weiteren sehen wir keinen Grund, weshalb von einem Geschäft, Bar oder Restaurant, das sich an publikumsunwirksamer Lage befindet,	STA	**Kenntnisnahme** Es wird im Bericht ergänzt, dass der "eigene" Grund eines Geschäftes sinngemäss auch auf die Mieter und Pächter eines Geschäfts anwendbar ist

	nicht an einer nächstgelegenen, publikumswirksamen Lage eine Angebotstafel platziert werden darf. Dies unter den Voraussetzungen, dass die/der Grundeigentümer/in einverstanden ist und die Tafel die Verkehrssicherheit nicht schmälert.		und für das ganze Grundstück gilt, auf welchem die Miete oder Pacht stattfindet. Es besteht die Vermutung der Zustimmung durch die Grundeigentümerschaft.
§ 4 Abs. 1 Ziff. 4	"Baureklamen dürfen am Standort des Bauprojektes innerhalb der Bauzone ohne Bewilligung aufgestellt werden." Es wird davon ausgegangen, dass mit "Bauzone" der Bauperimeter gemeint ist, und nicht die Bauzone im raumplanerischen Sinne. Eine Anpassung des Begriffs wäre zwingend. Eventualiter: Sollten Baureklamen gemäss Vernehmlassungsvorschlag nur innerhalb von (raumplanerischen) Bauzonen zulässig bzw. gewünscht sein, wird dies als nicht sinnvoll erachtet, da sich Bauprojekte genauso ausserhalb von Bauzonen befinden können. Die auf solche Bauprojekte z.T. spezialisierten Unternehmen sollen ebenfalls die Möglichkeit zum Bewerben ihrer Dienstleistungen und Produkte erhalten.	EBÜ	**Kenntnisnahme** Der Bericht wird angepasst auf: Reklamen, welche während der Bauzeit über den Bau, die Bauherrschaft, die am Bau beteiligten oder die vom Bau betroffenen Unternehmen orientieren, dürfen am Standort des Bauprojektes ohne Bewilligung aufgestellt werden.
§ 4 Abs. 1 Ziff. 7	§ 2 Abs. 6 Begriffe 6 Als Veranstaltungsreklamen gelten Reklamen, die auf einen gesellschaftlichen, kulturellen, sportlichen Anlass oder dergleichen hinweisen, und in einem örtlichen Zusammenhang mit der Standortgemeinde stehen. § 15 3. politische Reklamen und Veranstaltungsreklamen Politische Reklamen und Veranstaltungsreklamen sind bewilligungsfrei, wenn sie: 1. eine rechteckige Grundform mit einer Fläche von höchstens 3.5 m^2 aufweisen; und 2. sieben Wochen vor bis eine Woche nach dem Wahl- oder Abstimmungstag beziehungsweise der örtlichen Veranstaltung aufgestellt sind. Sind Veranstaltungsreklamen demnach nur in der Standortgemeinde zugelassen? Wenn nein, unterstehen sie demnach der Baubewilligungspflicht, wenn die Veranstaltung in einer anderen Gemeinde stattfindet, auch wenn sie § 15 einhalten? Als Beispiel z.B. das Kinospektakel im Strandbad Buochs-Ennetbürgen, welches auf Gemeindegebiet von Ennetbürgen liegt aber auch in Buochs jeweils Veranstaltungsreklamen stehen.	BUO	**Gutheissung** Veranstaltungsreklamen, welche die Voraussetzungen gemäss § 15 (und allen weiteren nötigen Voraussetzungen) erfüllen, können bewilligungsfrei aufgestellt werden. Dies sogar ausserhalb des Siedlungsgebietes. Von § 15 abweichende Veranstaltungsreklamen benötigen eine Bewilligung, bzw. sind ausserhalb des Siedlungsgebietes nicht zulässig (§ 3 Abs. 3). Veranstaltungsreklamen sollen generell bewilligungsfrei sein (und nicht nur, wenn sie einer Veranstaltung der Standortgemeinde dienen), sofern sie die Voraussetzung von § 15 und alle weiteren nötigen Voraussetzungen einhalten . § 2 Abs. 6 wird wie folgt angepasst: Als Veranstaltungsreklamen gelten Reklamen, die auf einen gesellschaftlichen, kulturellen, sportlichen Anlass oder dergleichen hinweisen. Der Teilsatz mit dem örtlichen Bezug zur Standortgemeinde in § 2 Abs. 6 wird gestrichen. Ebenfalls wird das Wort "örtlich" in § 15 Abs. 1 Ziff. 2 gestrichen. So wird in der

			Gemeinde Buochs bewilligungsfrei ein Veranstaltungsplakat möglich sein, welches beispielsweise für die Teffli-Rally in Ennetmoos wirbt, sofern § 15 und die weiteren nötigen Voraussetzungen eingehalten sind.
§ 4 Abs. 1 Ziff. 7	In § 2 Abs. 6 der Reklameverordnung werden die Begriffe erläutert. Als Veranstaltungsreklamen gelten Reklamen, die auf eine gesellschaftlichen, kulturellen, sportlichen Anlass oder dergleichen hinweisen, und in einem örtlichen Zusammenhang stehen. Nach § 4 Abs. 1 Ziff. 7 benötigen Politische Reklamen und Veranstaltungsreklamen, welche die Voraussetzungen gemäss § 15 erfüllen, unter Vorbehalt von Abs. 2 keine Bewilligung. Gemäss § 15 sind Politische Reklamen und Veranstaltungsreklamen bewilligungsfrei, wenn sie eine rechteckige Grundform mit einer Fläche von höchstens 3.5 m^2 aufweisen und sieben Wochen vor bis eine Woche nach dem Wahl- oder Abstimmungstag bzw. der örtlichen Veranstaltung aufgestellt sind. Das stellt sich die Frage, ob Veranstaltungsreklamen nur in der Standortgemeinde zugelassen sind. Wenn nein, unterstehen sie demnach der Baubewilligungspflicht, wenn die Veranstaltung in einer anderen Gemeinde stattfindet, auch wenn sie § 15 einhalten. Es gibt immer wieder Veranstaltungen, welche in einer anderen Gemeinde stattfinden, die Veranstaltungsreklamen jedoch in verschiedenen Gemeinden stehen.	BEC	**Gutheissung** Veranstaltungsreklamen sollen generell bewilligungsfrei sein (und nicht nur, wenn sie einer Veranstaltung der Standortgemeinde dienen), sofern sie die Voraussetzung von § 15 einhalten. § 2 Abs. 6 wird wie folgt angepasst: Als Veranstaltungsreklamen gelten Reklamen, die auf einen gesellschaftlichen, kulturellen, sportlichen Anlass oder dergleichen hinweisen. Der Teilsatz mit dem örtlichen Bezug zur Standortgemeinde wird gestrichen. Ebenfalls wird das Wort "örtlich" in § 15 Abs. 1 Ziff. 2 ersatzlos gestrichen.
§ 4 Abs. 1 Ziff. 7	§ 2 Abs. 6 Begriffe 6 Als Veranstaltungsreklamen gelten Reklamen, die auf einen gesellschaftlichen, kulturellen, sportlichen Anlass oder dergleichen hinweisen, und in einem örtlichen Zusammenhang mit der Standortgemeinde stehen. § 15 3. politische Reklamen und Veranstaltungsreklamen Politische Reklamen und Veranstaltungsreklamen sind bewilligungsfrei, wenn sie: 1. eine rechteckige Grundform mit einer Fläche von höchstens 3.5 m^2 aufweisen; und 2. sieben Wochen vor bis eine Woche nach dem Wahl- oder Abstimmungstag beziehungsweise der örtlichen Veranstaltung aufgestellt sind. Sind Veranstaltungsreklamen demnach nur in der Standortgemeinde zugelassen? Wenn nein, unterstehen sie demnach der Baubewilligungspflicht, wenn die Veranstaltung in einer anderen Gemeinde stattfindet, auch wenn sie § 15 einhalten? Als Beispiel z.B. der Aawasser-Cup (Fussballturnier) in Wolfenschiessen, welches auf Gemeindegebiet von Wolfenschiessen liegt, aber auch in Dallenwil jeweils Veranstaltungsreklamen stehen.	DAL	**Gutheissung** Veranstaltungsreklamen, welche die Voraussetzungen gemäss § 15 erfüllen, können bewilligungsfrei aufgestellt werden, sofern die weiteren Voraussetzungen dafür erfüllt sind. Dies sogar ausserhalb des Siedlungsgebietes. Die anderen Veranstaltungsreklamen benötigen eine Bewilligung, bzw. sind ausserhalb des Siedlungsgebietes nicht zulässig (§ 3 Abs. 3). Veranstaltungsreklamen sollen generell bewilligungsfrei sein (und nicht nur, wenn sie einer Veranstaltung der Standortgemeinde dienen), sofern sie die Voraussetzung von § 15 und die weiteren nötigen Voraussetzungen einhalten. § 2 Abs. 6 wird wie folgt angepasst: Als Veranstaltungsreklamen

			gelten Reklamen, die auf einen gesellschaftlichen, kulturellen, sportlichen Anlass oder dergleichen hinweisen. Der Teilsatz mit dem örtlichen Bezug zur Standortgemeinde in § 2 Abs. 6 wird gestrichen. Ebenfalls wird das Wort "örtlich" in § 15 Abs. 1 Ziff. 2 ersatzlos gestrichen. So wird in der Gemeinde Dallenwil bewilligungsfrei ein Veranstaltungsplakat möglich sein, welches beispielsweise für den Aawasser-Cup (Fussballturnier) in Wolfenschiessen wirbt, sofern § 15 und weitere nötige Voraussetzungen eingehalten sind.
§ 4 Abs. 1 Ziff. 7	Veranstaltungsreklamen werden zusammen mit politischen Reklamen in § 15 abgehandelt. Politische Reklamen müssen ortsgebunden sein und dürfen sinngemäss deshalb nur in der jeweiligen Gemeinde aufgestellt werden. Veranstaltungsreklamen haben folgend denselben Bestimmungen zu entsprechen. Daraus ergibt sich die Problematik, dass beispielsweise für eine Teffli-Rally, welche in Ennetmoos stattfindet, in Ennetbürgen keine Reklamen gestellt werden dürften. Es muss genauer definiert werden, wie der örtliche Zusammenhang mit der Standortgemeinde ausgelegt wird. Wird beispielsweise mit dem Ansprechen von Zielpublikum einer Gemeinde (z.B. gerade für Grossanlässe) die Standortgebundenheit der Reklame bejaht?	EBÜ	**Gutheissung** Veranstaltungsreklamen sollen generell bewilligungsfrei sein (und nicht nur, wenn sie einer Veranstaltung der Standortgemeinde dienen), sofern sie die Voraussetzung von § 15 und die weiteren nötigen Voraussetzungen einhalten. § 2 Abs. 6 wird wie folgt angepasst: Als Veranstaltungsreklamen gelten Reklamen, die auf einen gesellschaftlichen, kulturellen, sportlichen Anlass oder dergleichen hinweisen. Der Teilsatz mit dem örtlichen Bezug zur Standortgemeinde in § 2 Abs. 6 wird gestrichen. Ebenfalls wird das Wort "örtlich" in § 15 Abs. 1 Ziff. 2 ersatzlos gestrichen. So wird in der Gemeinde Ennetbürgen bewilligungsfrei ein Veranstaltungsplakat möglich sein, welches beispielsweise für die Teffli-Rally in Ennetmoos wirbt, sofern § 15 und weitere Voraussetzungen eingehalten sind.
§ 4 Abs. 2 Ziff. 3	Ebenfalls ist es richtig, dass blinkende und beleuchtete Reklamen bewilligungspflichtig sein müssen.	Mitte	**Kenntnisnahme**
§ 5	*Keine Bemerkungen*		
§ 6	"Das Einholen der Zustimmung der jeweiligen Grundeigentümerschaft, sofern die Werbenden	EBÜ	**Ablehnung**

	nicht selbst Grundstückeigentümer sind, liegt in der Eigenverantwortung der Gesuchstellenden und wird durch die Behörden nicht kontrolliert." Sofern die Behörde die Bewilligung spricht (und damit die Verantwortung für diesen Entscheid trägt), sollte sie auch zwingend in der Verantwortung stehen, dass die mit der Bewilligung in Zusammenhang stehenden Zustimmungen der entsprechenden Grundeigentümer vorliegen. Ansonsten besteht die Gefahr, verfahrenstechnische Leerläufe zu produzieren, indem gutgläubig Reklamen bewilligt werden, denen der Grundeigentümer nicht einmal zugestimmt hat.		Die Reklameverordnung verfolgt das Ziel möglichst schlanker Bewilligungsverfahren, bzw. ermöglicht gar bewilligungsfreie Reklamemöglichkeiten. Das zusätzliche Erfordernis einer schriftlich vorliegenden Bewilligung macht das Verfahren unnötig aufwendig und steht dem verfolgten Ziel einer Verschlankung und Vereinfachung des Verfahrens und der Handhabung entgegen. Es besteht dabei die Vermutung der Zustimmung durch die Grundeigentümerschaft. Im Übrigen: Die Gefahr von Leerläufen besteht so oder anders, da auch mit erteilter Bewilligung vom Aufstellen der Reklame abgesehen werden kann.
§ 6	Anmerkungen und Hinweise: Bericht zu § 6 (Seite 11): "Das Einholen der Zustimmung der jeweiligen Grundeigentümerschaft, sofern die Werbenden nicht selbst Grundeigentümer sind, liegt in der Eigenverantwortung der Gesuchstellenden und wird durch die Behörden nicht kontrolliert. " Der letzte Teilsatz, "und wird durch die Behörden nicht kontrolliert" kann gelöscht werden.	STA	**Kenntnisnahme** Der Bericht soll einen hinreichenden Detaillierungsgrad haben. In der Praxis dürfte aus Erfahrung in analogen Fällen durchaus wiederholt der Fall eintreten, dass nachgefragt wird, ob denn die Zustimmung durch die Behörden nicht kontrolliert würden. Demgemäss wird der Verständlichkeit halber und um vermeidbaren Zusatzaufwand zu verhindern, der letzte Teilsatz beibehalten.
§ 7 Abs. 1	**Zustimmung von Fachinstanzen bei bewilligungspflichtigen Reklamen § 7** Die Bewilligung von Strassenreklamen soll bei bewilligungspflichtigen Reklamen durch die Gemeinde lediglich erteilt werden, wenn die Zustimmung der Kantonspolizei vorliegt. Dies hat sich in der Praxis bis anhin bewährt. Bei Reklamen im Bereich von Natur- oder Kulturdenkmälern und von Aussichtslagen und Aussichtspunkten nach der Denkmalschutz- bzw. Naturschutzgesetzgebung hat die jeweilige kantonale Fachstelle für Natur- und Landschaftsschutz beziehungsweise der kantonalen Fachstelle für Denkmalspflege ihre Zustimmung zu erteilen. Der Bereich (Distanz) muss enger definiert werden, sonst muss die Umsetzungspraxis von der Verwaltung selbst definiert werden. Eine Umsetzungspraxis mit nötiger Zustimmung für alle Reklamen, welche Auswirkungen auf Natur und Umwelt haben,	EMO	**Ablehnung** Der gemäss § 7 in die Fachinstanzen fallende Beurteilungsperimeter der Reklamen im Bereich von Natur- oder Kulturdenkmäler sowie von Aussichtslagen und Aussichtspunkten sind nach der Denkmalschutz- und Naturschutzgesetzgebung hinreichend eingegrenzt. Eine engere Definition ist

	würde bedeuten, dass im landschaftlich empfindlichen Siedlungsgebiet und ausserhalb der Bauzonen alle Gesuche durch die Fachstelle Natur- und Umwelt beurteilt werden müssten. Gemäss unseren Erfahrungen ist diese Fachstelle, wie auch die Dankmalpflege, bereits heute sehr ausgelastet. Antrag: Der Bereich (Distanz), in welcher die Zustimmung der Fachinstanzen nötig ist, muss klar definiert werden.		weder nötig noch zielführend (vgl. dazu insbesondere auch Art. 18 Abs. 2 Denkmalschutzgesetz, [NG 322.2], der auf die Umgebung geschützter Objekte verweist).
§ 7 Abs. 3	Beleuchtete und leuchtende Reklamen werden stetig beliebter und sind mit wenig Aufwand einfach zu bewirtschaften. Das Amt für Umwelt und Energie hat deshalb nach Massgabe der Umweltschutzgesetzes zu prüfen, dass keine übermässigen Lichtemissionen entstehen. Aufgrund ihrer Auswirkung unterstehen diese Reklamearten immer der Bewilligungspflicht. Ebenso bedürfen bewegte Reklamen stets einer Bewilligung. Antrag: Beleuchtete und bewegliche Reklamen sollen generell den Baubewilligungsverfahren gemäss PBG unterstellt werden.	EMO	**Ablehnung** Ein Baubewilligungsverfahren für beleuchtete und leuchtende Reklamen ist nicht nötig und würde mit einem Baubewilligungsverfahren nur zu einem (unnötig) längeren und aufwendigeren Verfahren mit erheblichen Mehrkosten führen. Dies ist weder sachdienlich noch bürgerfreundlich. Wichtig ist, dass die Fachstelle die beleuchtete oder leuchtende Reklame fachlich beurteilen kann und dies ist mit der vorliegenden Bestimmung von § 7 Abs. 3, bzw. mit den vorgesehenen Erlassen der Reklamengesetzgebung gewährleistet.
§ 8	*Keine Bemerkungen*		
§ 9	Die Mitte beantragt jedoch, dass der Abstand von freistehenden Reklamen zu Trottoirs oder Radwegen 2 m (anstatt wie vorgesehen 3 m) betragen muss und dass in begründeten Fällen die Kantonspolizei auch kleinere Abstände verfügen bzw. bei der Bewilligungsbehörde beantragen kann (§ 9 Abs. 2).	Mitte	**Ablehnung** Art. 118 PBG regelt die Messweise bei Strassenabständen. Sie bemessen sich aufgrund der jeweiligen Entfernung zwischen der projizierten Fassadenlinie des äussersten, für den Grenzabstand massgebenden Gebäude- beziehungsweise Anlageteils und dem Fahrbahnrand einschliesslich Radstreifen beim Strassenabstand. Art. 119 PBG regelt die verschiedenen Strassenabstände bei den unterschiedlichen Strassenkategorien. Ein Abstand von 3 m ist nötig, da auch das Lichtraumprofil eingehalten werden muss.
§ 9 Abs. 1	Gemäss § 9 haben freistehende Reklamen einen Abstand von 3 m gegenüber Strassen einzuhalten.	BEC	**Kenntnisnahme** Die Messweise bei Strassenabständen ist in

	Der Strassenabstand wird ab dem Strassenrand gemäss (sic!). Wie verhält sich der Abstand, wenn entlang der Strasse ein Trottoir oder Rad- und Gehweg verläuft. Ist dann der Abstand von 3 m ab Hinterkante des Trottoirs oder Rad- und Gehweges zu messen? Hier drängt sich eine Präzisierung auf, damit in Zukunft keine Diskussionen entstehen.		Art. 118 PBG geregelt. Sie bemisst sich aufgrund der jeweiligen Entfernung zwischen der projizierten Fassadenlinie des äussersten, für den Grenzabstand massgebenden Gebäude- beziehungsweise Anlageteils und dem Fahrbahnrand einschliesslich Radstreifen beim Strassenabstand. Somit bemisst sich der Strassenabstand ab dem Fahrbahnrand (einschliesslich Radstreifen), nicht jedoch ab dem äusseren Trottoir oder Rad- und Gehwegrand. Diese zusätzlichen Erläuterungen werden in den Bericht aufgenommen.
§ 9 Abs. 1	§ 9 Abs. 1 + 2 2. Abstände 1. Freistehende Reklamen haben gegenüber Strassen einen Abstand von 3 einzuhalten. 2. Die Kantonspolizei kann in begründeten Fällen einen grösseren Abstand oder Auflagen verfügen beziehungsweise bei der Bewilligungsbehörde beantragen. Der Strassenabstand wird ab dem Strassenrand gemessen. Wie verhält sich der Abstand, wenn entlang der Strasse ein Trottoir oder Rad- und Gehwege verläuft? Ist dann der Abstand von 3 m ab Hinterkante des Trottoirs oder Rad- und Gehweges zu messen?	BUO, DAL	**Kenntnisnahme** Die Messweise bei Strassenabständen ist in Art. 118 PBG geregelt. Sie bemisst sich aufgrund der jeweiligen Entfernung zwischen der projizierten Fassadenlinie des äussersten, für den Grenzabstand massgebenden Gebäude- beziehungsweise Anlageteils und dem Fahrbahnrand einschliesslich Radstreifen beim Strassenabstand. Somit bemisst sich der Strassenabstand ab dem Fahrbahnrand (einschliesslich Radstreifen), nicht jedoch ab dem äusseren Trottoir oder Rad- und Gehwegrand. Diese zusätzlichen Erläuterungen werden in den Bericht aufgenommen.
§ 10 Abs. 1 Ziff. 1	Die festgelegte Höhe von 2.50 m wird hinterfragt. Wäre es innerhalb des Strassenbereichs nicht sinnvoller, sich am Lichtraumprofil zu orientieren?	EBÜ	**Ablehnung** Ein Lichtraumprofil ist ein definierter Raum über Strassen, Gehwegen und Radwegen, der von Hindernissen freizuhalten ist. Es dient der Verkehrssicherheit, indem es gewährleistet, dass Fahrzeuge, Fussgänger und Radfahrer ungehindert passieren können. Für Reklameanlagen bedeutet dies, dass diese nicht in

			das Lichtraumprofil hineinragen dürfen, um die Sicherheit im Strassenverkehr nicht zu gefährden. Die Mindesthöhe von 2.50 m über dem Boden dient vor allem der Verkehrssicherheit. Damit ist sichergestellt, dass beispielsweise bei Anlieferungen mit einem Kleinbus oder dergleichen keine Beschädigungen entstehen. Das Lichtraumprofil kann damit eingehalten werden. Die Höhe von 2.50 m entspricht zudem auch dem Lichtraumprofil über Fussgänger- und Velofahrbereichen. Auf eine Anpassung wird demgemäss verzichtet.
§ 10 Abs. 1 Ziff. 2	§ 10 Abs. 1 Ziffer 2 Ausladung, Grösse Quer zur Fassade angebrachten Reklamen: dürften eine Ausladung von 1.30 m pro Gebäude ab der Fassade nicht überschreiten;	HER	**Ablehnung** Der Sinn des beantragten Zusatzes "pro Gebäude" ist nicht nachvollziehbar und wird deshalb nicht berücksichtigt.
§ 11	§11 RekIV macht Aussagen bezüglich Eingliederung "zu gross oder zu farbig". Wer überprüft diese Eingliederung? Ist dies die Bewilligungsbehörde? Oder eine kantonale Fachstelle? Dies fördert Willkür, da jeder diese Einordnung anders beurteilen könnte, ohne genaue Vorschriften.	EBÜ	**Ablehnung** Die Eingliederung ist von der Bewilligungsbehörde zu prüfen. Sie ist verpflichtet, die Eingliederung nach sachlogischen und planungsrechtlichen Kriterien und Vorgaben vorzunehmen. Ein Ermessen, wie dies auch in anderen Erlassen der Fall sein kann, ist nicht zu vermeiden.
§ 12	*Keine Bemerkungen*		
§ 13	*Keine Bemerkungen*		
§ 14	§14 RekIV fordert, dass Fremdreklamen neu nur an bewilligten Standorten erstellt werden dürfen. Folglich würde zukünftig beispielsweise für Fremdwerbung auf einem Fussballfeld oder an/innerhalb einer Sporthalle, wo Sponsoren seit jeher Werbung stellen, nun erstmals eine Bewilligung benötigt. Dies erscheint als nicht sinnvoll und bürokratischer Irrsinn; will man solche gesellschaftlichen Veranstaltungen fördern und nicht unnötig behindern. Eine Abgrenzung gemäss bestehendem, kantonalem Recht scheint hingegen sinnvoll und zwingend prüfenswert.	EBÜ	**Ablehnung** Die Reklamengesetzgebung gilt gemäss neuem Art. 97 PBG nur für Reklamen im Freien oder für solche mit Wirkung ins Freie. Plakate innerhalb von Sporthallen fallen deshalb nicht unter die Bewilligungspflicht gemäss Reklamengesetzgebung. Eine Fremdwerbung auf einem Fussballfeld

			innerhalb des Siedlungsgebietes ist bewilligungsfrei möglich, sofern § 15 der neuen Reklameverordnung eingehalten wird. Sofern § 15 nicht erfüllt ist, ist eine Fremdreklame innerhalb des Siedlungsgebietes bewilligbar, sofern die weiteren Voraussetzungen erfüllt sind. Fussballplätze befinden sich oft innerhalb des Siedlungsgebietes (Zone für Sport und Freizeitanlagen und somit Bauzone), weshalb hier kein Anpassung nötig ist.
§ 15	Eine Bestimmung zur Handhabung politischer Reklamen hat bisher gefehlt. Die Gemeinde Stans hat sich diesbezüglich bisher auf § 30 (Temporäre Reklamen) gestützt. Demnach durften auf örtliche Veranstaltungen (darunter wurden mangels anderer Regelungen auch Wahlen und Abstimmungen gezählt) höchstens ab einem Monat vorher (Abs. 3) bis drei Tage nachher (Abs. 6) hingewiesen werden. Neu werden dazu sinnvollerweise mit § 15 eigene Bestimmungen geschaffen, welche den politischen Reklamen einen klaren Rahmen geben sollen. Die maximale Grösse von 3.5 m^2 für solche Reklamen erscheint angemessen. Besonders begrüsst wird zudem, dass auch die Form solcher Reklamen neu vorgegeben wird. Dadurch werden Personensilhouetten künftig verunmöglicht, welche gerade bei Dunkelheit entlang von Radwegen die Verkehrssicherheit eher beeinträchtigt haben. Hingegen ist es bezüglich der bewilligungsfreien Dauer von temporären, politischen Reklamen nicht erkennbar, wieso diese neu derart unverhältnismässig auf total acht Wochen ausgedehnt werden soll. Nachvollziehbar erscheint das Abräumen innerhalb einer Woche nach dem Wahl- oder Abstimmungstag. Weshalb hingegen bereits ab dem 7. Sonntag vorher und nicht mehr ab einem Monat zuvor zahlreiche Plakate auf die Bevölkerung einwirken sollen, bleibt unbegründet. Die Anzahl insbesondere an Wahlplakaten ist in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten kontinuierlich angestiegen. Die Anzahl hat ihr erträgliches Mass längst erreicht. Es ist kaum zu erwarten, dass eine Ausdehnung des Zeitraums in der Bevölkerung Unterstützung findet. Die revidierte Reklameverordnung führt insgesamt zu strengeren und einschränkenderen Vorgaben hinsichtlich Reklamen. Umso stärker fällt die beabsichtigte Liberalisierung von Wahl- und Abstimmungsplakaten auf. Hierfür lässt sich keine Begründung erkennen. Es ist darauf zu verzichten. Antrag 3: Der bewilligungsfreie Zeitraum, in dem politische Reklamen aufgestellt werden dürfen, ist auf den 5. Sonntag vor (gemäss bisheriger Praxis) bis eine Woche nach dem Wahl oder Abstimmungstag zu beschränken.	STA	**Ablehnung** Die Meinungsbildung bei Wahlen und Abstimmungen beginnt praxisgemäss nicht erst mit der Zustellung der Wahl- und Abstimmungsunterlagen, sondern bereits davor. Eine Frist von sieben Wochen vor dem Wahl- oder Abstimmungstag ist angemessen. Die Reklamen erfolgen oft aus wirtschaftlichen Interessen. Bei Wahl- und Abstimmungsvorlagen stehen staatspolitische Interessen im Vordergrund, welche für die Demokratie wichtig sind und demgemäss nicht zu sehr eingeschränkt werden sollen.

	Antrag 4: Die Dauer ist im Bericht zu begründen.		Der Bericht wird entsprechend ergänzt.
§ 15	Die SVP Nidwalden ist der Meinung, dass die Vorgabe beim § 15 für politische Reklamen und bei Reklamen für Veranstaltungen nur noch rechteckige Formen verwenden zu dürfen, als nicht nötig. Die Kreativität der Veranstalter und der politischen Parteien wird mit dieser Auflage unnötig eingeengt. So wurde schon mit losen Siloballen oder auch mit einem Schild in Form von einer Alphütte Werbung für eine Abstimmung oder für eine Veranstaltung gemacht. Mit der maximalen Grösse von 3.5m^2 hingegen können wir uns noch abfinden.	SVP	**Ablehnung** Kreative politische Reklamen und Veranstaltungsreklamen, wie diese in der jüngsten Vergangenheit mit menschenähnlichen Figuren aus Karton und dergleichen vorgekommen sind, können insbesondere die Verkehrsteilnehmenden erheblich erschrecken oder zumindest verunsichern – gerade auch beim Eindunkeln oder nachts. Dies gefährdet die Sicherheit von Mensch und Natur. Nach erneuter Interessenabwägungen ist die Sicherheit höher zu werten als der Kreativitätsanspruch der Reklamestellenden bzw. die Meinungs- und Informationsfreiheit der Bevölkerung, zumal eine politische Reklame oder Veranstaltungsreklame mit einer nicht rechteckigen Grundform nicht grundsätzlich unzulässig ist, sondern einem Bewilligungsverfahren gemäss Reklamegesetzgebung und/oder PBG unterliegt. Die Anforderung an eine rechteckige Grundform in § 15 Abs. 1 Ziff. 2 wird somit beibehalten.
§ 15	Das menschengrosse Plakate aus Sicherheitsüberlegungen nicht mehr ohne Bewilligung möglich sein soll, können wir absolut unterstützen.	Mitte	**Kenntnisnahme**
§ 15 Abs. 1 Ziff. 2	Frage zu § 15: In § 15 sind Veranstaltungsreklamen bewilligungsfrei, wenn sie sieben Wochen vor bis eine Woche nach der "örtlichen" Veranstaltung aufgestellt sind. Was bedeutet örtlich? Dürfen nur "gemeindeinterne" Veranstaltungen bewilligungsfrei beworben werden? (Im § 30 Abs. 3 der bestehenden RekIV ist es genauer definiert: "Für örtliche Veranstaltungen am Ortseingang des Veranstaltungsortes"...)	ODO	**Kenntnisnahme** Veranstaltungsreklamen sollen generell bewilligungsfrei sein (und nicht nur, wenn sie einer Veranstaltung der Standortgemeinde dienen), sofern sie die Voraussetzungen von § 15 und alle weiteren nötigen Voraussetzungen einhalten. § 2 Abs. 6 wird wie folgt angepasst: Als Veranstaltungsreklamen gelten Reklamen, die auf einen gesellschaftlichen, kulturellen, sportlichen Anlass oder dergleichen hinweisen. Der Teilsatz mit

			dem örtlichen Bezug zur Standortgemeinde wird gestrichen. Ebenfalls wird das Wort "örtlich" in § 15 Abs. 1 Ziff. 2 ersatzlos gestrichen.
§ 16	Die einheitliche, kantonsweite Regelung für beleuchtete oder leuchtende Reklamen sowie politischer Werbung wird begrüsst. Vorschlag für Anpassung Artikel 16 (sic!): Die Bewilligungspflicht für beleuchtete und leuchtende Reklamen sollen die Betriebseinschränkungen nebst der Nacht auch auf Sonn- und Feiertage ausgeweitet werden. Ausgenommen bleiben Betriebe, welche auch an Sonn- und Feiertage geöffnet sind.	Grüne	**Ablehnung** Die Einschränkungen hinsichtlich der Beleuchtungsdauer sind angemessen, um Lichtemissionen angemessen einzuschränken und damit Mensch und Umwelt hinreichend zu schützen.
§ 16	Die Nachtruhe von 22:00 bis 06:00 Uhr für beleuchtete und leuchtende Reklamen sowie deren Bewilligungspflicht unter Zustimmung des zuständigen, kantonalen Fachamtes wird begrüsst. Diese soll nebst der Nacht auch auf Sonn- und Feiertage ausgeweitet werden. Ausgenommen bleiben Betriebe, welche auch an Sonn- und Feiertage geöffnet sind, wie beispielsweise Gastronomie- oder Hotelleriebetriebe und Tankstellen. Antrag 2: Ausweitung der Pflicht, beleuchtete und leuchtende Reklamen auszuschalten von der Nach (sic!) auch an Sonn- und Feiertagen. Ausgenommen bleiben Betriebe, welche auch an Sonn- und Feiertage geöffnet sind, wie beispielsweise Gastronomie- oder Hotelleriebetriebe und Tankstellen.	STA	**Ablehnung** Die Einschränkungen hinsichtlich der Beleuchtungsdauer sind angemessen, um Lichtemissionen angemessen einzuschränken und damit Mensch und Umwelt hinreichend zu schützen.
Zusätzlicher Antrag RekIV	In schutzwürdigen Zonen oder im Bereich von schützenswerten Objekten sollten die Gemeinden kommunale Vorschriften erlassen können. Antrag zusätzlicher §: Die Gemeinden können in ihren Bau- und Zonenreglementen soweit notwendig ergänzende Vorschriften über Reklamen erlassen.	EMO	**Ablehnung** Die neue Reklamegesetzgebung sieht in Art. 97 Abs. 4 PBG bereits vor, dass die Gemeinden in ihrer Nutzungsplanung Reklamemöglichkeiten in besonders schützenswerten Gebieten einschränken kann. Damit ist dem Anliegen nachgekommen.
Amtliche Gebühren	Ohne Baubewilligungsverfahren kommt Art. 168 PBG nicht zur Anwendung. Fehlt demnach eine gesetzliche Grundlage zur Verrechnung der Verfahrenskosten an den Gesuchstellenden? Diese wäre im Rahmen der Gesetzgebung zu schaffen.	EBÜ	**Ablehnung** Die Reklamengesetzgebung ist Teil des PBG (vgl. neuer Art. 97 PBG). Demzufolge gelangen die Gebührenvorschriften nach dem massgebenden Gebührentarif in der Gebührenverordnung zur Anwendung (siehe Ziff. 6.1 des Gebührentarifs; NG 265.51), diese nach Massgabe der allgemeinen Vorschriften über die Gebühren (Kostendeckungs- und Äquivalenzprinzip).

Bewilligungspflicht	Die aktuelle Reklamengesetzgebung aus den Jahren 1988/1989 ist in verschiedenen Bereichen nicht mehr zeitgemäss. Insbesondere technische Entwicklungen sowie gesellschaftliche Veränderungen erfordern eine Aktualisierung. Die Praxis zeigt, dass Unklarheiten hinsichtlich der Bewilligungspflicht bestehen. Eine präzisiere Regelung, insbesondere zu bewilligungsfreien Reklamen und zur Verfahrenskoordination bei mehreren beteiligten Fachstellen, ist erforderlich.	EMT	**Kenntnisnahme**
Unterscheidung Baubewilligungspflicht und Bewilligungspflicht	Die Unterscheidung zwischen baubewilligungspflichtigen und bewilligungspflichtigen Reklamen ergibt sich aus dem Bericht zur externen Vernehmlassung sehr treffend. Diese Unterscheidung ist jedoch aus den Bestimmungen der Verordnung noch nicht ausreichend ablesbar. Zuständigkeiten und Verfahren sind zwar bezeichnet, doch fehlt eine für die Vollzugsbehörden klare Unterscheidung, welche Reklamearten der Baubewilligungspflicht und welche lediglich einer Bewilligungspflicht unterstehen. Sofern sich die Baubewilligungspflicht beispielsweise vor allem auf "dauerhafte Einrichtungen" bezieht, sollte dies klar in einem Paragrafen definiert sein. Andernfalls besteht die Gefahr von unterschiedlicher, kommunaler Handhabung. Antrag 1: Baubewilligungspflicht und Bewilligungspflicht nicht nur im Bericht, sondern auch in den Bestimmungen der Verordnung klar unterscheiden.	STA	**Ablehnung** Ein Verordnungserlass soll möglichst schlank formuliert sein. Der Bericht dient dazu, detaillierte Umschreibungen zu den Erlassen festzuhalten. Demgemäss haben Verordnung und dazugehöriger Bericht unterschiedliche Funktionen. Mit den gewählten Formulierungen ist dieser Vorgabe nachgekommen. Die Gefahr einer unterschiedlichen Handhabung kann nie ganz minimiert werden.
Bewilligungspflichtige Reklamen	Es werden bewilligungspflichtige Reklamen, welche jedoch ohne Baubewilligung bewilligt werden können, im Bericht abgehandelt. Eine solche Reklame soll gemäss Bericht (2.3.2) im einfachen Bauverfahren abgehandelt werden, aber ohne Baubewilligung. Im einfachen Verfahren gemäss PBG wird jedoch ebenfalls eine Baubewilligung erteilt. Besteht hier ein Widerspruch? Ferner: Sofern keine Baubewilligung notwendig ist, wird auch nie ein Baubewilligungsverfahren gestartet.	EBÜ	**Kenntnisnahme** In Ziff. 2.3.2 des Berichts wird erläutert, dass Reklamen, die **keiner** Baubewilligung bedürfen, in einem vereinfachten Verfahren gemäss kantonaler Reklamengesetzgebung bewilligt werden. Eine solche Reklame benötigt somit keine Baubewilligung und demnach auch kein "einfaches Bauverfahren", sondern lediglich ein vereinfachtes Verfahren nach der Reklamengesetzgebung. Es handelt sich somit um zwei unterschiedliche Verfahren aufgrund unterschiedlicher Sachverhalte. Ein Widerspruch zum einfachen Verfahren mit einer Baubewilligungspflicht gemäss PBG besteht demgemäss nicht.
Bewilligungsfreie Reklamen	Grundsätzlich begrüssen wir die Revision der Reklamengesetzgebung. Insbesondere lässt die Verordnung eine gewisse Mindestgrösse von Reklametafeln ohne Bewilligung zu. Dies ist speziell bei Wahlwerbung oder Hinweisen auf Sportanlässe, Theater und Konzerte von Bedeutung.	Mitte	**Kenntnisnahme**

Unzulässige Reklamen	Anmerkungen und Hinweise: Gemäss § 31 Abs. 2 der bisherigen RekIV gilt: "Baureklamen sind als Leuchtreklamen nicht zulässig." Wir empfehlen dies - wie gehabt - unter den unzulässigen Reklamen, § 3 RekIV aufzuführen.	STA	**Ablehnung** Dies ist eher ein theoretischer Sachverhalt, der in der Praxis wenig anzutreffen ist. Mit der vorgesehenen generellen Bewilligungspflicht und der nötigen Zustimmung durch die Fachinstanz ist hinreichend gewährleistet, dass Mensch, Natur und Umwelt nicht übermässig beeinträchtigt werden.
Übergangsbestimmung	Die Gemeinde Stans ist der Ansicht, dass der Schutz vor Lichtemissionen gar dem Bestandesschutz vorgeht. Aus diesem Grund wird empfohlen, dass auch bestehende Reklamen innerhalb von fünf Jahren ab dem Inkrafttreten der revidierten Reklameverordnung deren Bestimmungen zu entsprechen haben. Antrag 3: Aufnahme einer Übergangsbestimmung: Bestehende (Leucht-) Reklamen haben innerhalb von fünf Jahren ab dem Zeitpunkt des Inkrafttretens der revidierten Reklameverordnung deren Bestimmungen zu entsprechen.	STA	**Ablehnung** Rückwirkung bei Erlassen bedeutet, dass ein Gesetz oder eine Verordnung nicht nur für zukünftige Fälle gilt, sondern auch auf bereits abgeschlossene Sachverhalte oder Handlungen angewendet wird, die vor dem Inkrafttreten des Erlasses liegen. Dabei ist zwischen echter und unechter Rückwirkung zu unterscheiden. Echte Rückwirkung liegt vor, wenn ein Erlass nachträglich in einen bereits abgeschlossenen Sachverhalt eingreift und ihn belastend regelt. Unechte Rückwirkung betreffen (noch) laufende Sachverhalte, die durch den Erlass beeinflusst werden, aber noch nicht abgeschlossen sind. Das Rechtsstaatsprinzip, insbesondere der Vertrauensschutz, verbietet grundsätzlich echte Rückwirkung, da der Bürger auf die Bestandskraft einer Rechtslage vertrauen darf. Ausnahmen können jedoch unter bestimmten Umständen zulässig sein. Unechte Rückwirkung ist hingegen in der Regel zulässig, solange sie nicht gegen das Verhältnismässigkeitsprinzip verstösst. Eine rückwirkende Anwendung der revRekIV auf die bereits rechtskonform erstellten Reklamen ist unverhältnismässig. Von entsprechenden

			Übergangsbestimmungen wird demnach abgesehen.
Auswirkungen Vorlage Reklamengesetzgebung	Auswirkungen Dass die Vorlage grundsätzlich keine finanziellen und personelle Auswirkungen hat, können wir nicht teilen. Der § 7 wird je nach Auslegung in der Praxis einen mehr oder weniger grossen, zusätzlichen Aufwand für die betroffenen Fachstellen Natur -und Landschaftsschutz, Denkmalpflege, sowie das AUE (Licht) bedeuten.	EMO	**Kenntnisnahme** Reklamen unterliegen heute schon der Bewilligungspflicht. Mit der neuen Reklamengesetzgebung werden einige Verfahren künftig schlanker gehalten oder fallen aufgrund der Bewilligungsfreiheit ganz weg. Ein allfälliger Mehraufwand wird kompensiert.
Auswirkungen Vorlage Reklamengesetzgebung	Die Vorlage hat grundsätzlich für die Gemeinde keine finanziellen und personellen Auswirkungen.	WOL	**Kenntnisnahme**
Unterstützung Totalrevision	Der Gemeinderat begrüsst die Totalrevision in den wesentlichen Zügen, kann diese aber in der vorliegenden Form noch nicht unterstützen. Hierzu ist der Verordnungsentwurf gemäss den Anträgen der vorliegenden Stellungnahme zu überarbeiten.	STA	**Kenntnisahme**
Merkblatt	Wünschenswert wäre für die Politischen Reklamen und Veranstaltungsreklamen ein Merkblatt, welches den Politischen Parteien und den Vereinen bzw. Veranstaltern abgegeben werden kann. Mit einem solchen Merkblatt könnte der Erklärungsaufwand reduziert werden.	BEC	**Kenntnisnahme** Die Ausarbeitung eines Merkblatts wird geprüft.
Reklamegesuchsformular	Das Reklamegesuchsformular ist entsprechend anzupassen.	ODO	**Gutheissung** Eine Anpassung des Reklamegesuchformulars wird vorgenommen.
Fremdänderungen	**Anregungen/Bemerkungen**	**Wer**	**Stellungnahme RR**
Kantonales Strassenverkehrsgesetz	Synopse Art. 7 Abs. 12; "entfernt vorschriftswidrig aufgestellte Strassenreklamen auf Kosten der Verantwortlichen." Anpassungsvorschlag: Abs. 12; "kann vorschriftswidrig aufgestellte Strassenreklamen auf Kosten der Verantwortlichen entfernen." Begründung: Das Gesetz darf keinen direkten Automatismus verursachen; Ermessensspielraum soll der Polizei nach wie vor gegeben sein. Beispiel sind nicht gänzlich korrekt aufgestellte, politische Wahlplakate. Es soll der Polizei möglich sein, den Steller der Plakate vorerst (z.B. telefonisch) zu ermahnen, sofern dies verhältnismässig erscheint. Bei nicht geringfügiger Verkehrssicherheitsbeeinträchtigung kann sie die Plakate (weil begründet) nach wie vor direkt entfernen inkl. Kostenfolge für den Verantwortlichen.	EBÜ	**Ablehnung** Sobald vorschriftswidrig aufgestellte Plakate entlang von Strassen vorhanden sind, ist insbesondere aus Sicherheitsgründen zwingend dagegen vorzugehen - dies im Rahmen des Verhältnismässigkeitsprinzips, jedoch auch bei geringfügiger Einschränkung der Sicherheit.

REGIERUNGSRAT NIDWALDEN

Landammann

Othmar Filliger

Landschreiber

lic. iur. Armin Eberli