

ENTSCHEID DER BAU-, VERKEHRS- UND ENERGIEDIREKTION

RA Nr. 110/2019/40

Bern, 3. September 2019

in der Beschwerdesache zwischen

Einwohnergemeinde Thun, handelnd durch den Gemeinderat, Rathaus, Postfach 145,
3602 Thun
Beschwerdeführerin

und

Regierungsstatthalter von Thun, Scheibenstrasse 3, 3600 Thun



betreffend die Verfügung des Regierungsstatthalteramts Thun vom 5. Februar 2019
(bbew 132/2018; Anschlagstellen für den Aushang von Transparenten)

I. Sachverhalt

1. Seit rund 30 Jahren können Vereine und Organisationen mit Bewilligung des Polizeiinspektorats Werbebanner mit Veranstaltungswerbung an den Brücken der Thuner Innenstadt anbringen. Im Oktober 2016 teilte der Regierungsstatthalter von Thun der Stadt mit, dass die Brücken in der Innenstadt inzwischen fast ganzjährig mit Reklamen behängt seien. Es handle sich um baubewilligungspflichtige Fremdreklame; eine Baubewilligung bestehe nach seiner Kenntnis nicht. Die Beteiligten einigten sich in der Folge darauf, dass die Brückenwerbung bis Ende 2018 toleriert werden soll. Am 5. September 2018 reichte die Stadt Thun ein Baugesuch ein (datiert vom 4. September 2018), das 30 Anschlagstellen für Werbetransparente an neun Standorten umfasst. Auf der Allmendbrücke, der Kuhbrücke und der Postbrücke sind je sechs, auf der Bahnhofbrücke drei Anschlagstellen vorgesehen (Standorte 1 bis 4). Die anderen Anschlagstellen (Standorte 5 bis 8) liegen an der Hofstettenstrasse, Gwattstrasse (Camping und Hotel

Holiday) und an der Tempelstrasse/Allmendingen (TCS Center) und betreffen keine Brücken. Das Baugesuch für eine Anschlagstelle beim Brahmsquai (Standort 9) zog die Stadt Thun im Verlauf des Baubewilligungsverfahrens zurück.

Die Denkmalpflege des Kantons Bern (KDP) beurteilte die Anschlagstellen an den Brückengeländern (Standorte 1 bis 4) negativ und empfahl, das Vorhaben in dieser Form nicht zu bewilligen. Die Stadt hielt an den Standorten für die Brückenwerbung fest.

2. Mit Baubewilligung und Baupolizeiverfügung vom 5. Februar 2019 bewilligte der Regierungsstatthalter von Thun die Anschlagstellen an den Standorten 5 bis 8 (Hofstettenstrasse, Gwattstrasse, Tempelstrasse/Allmendingen). Den Bauvorhaben an den Standorten 1 bis 4 (Kuhbrücke, Allmendbrücke, Postbrücke und Bahnhofbrücke) erteilte er den Bauabschlag (Ziffer 3.2.1 des Entscheids). In Ziffer 3.2.2 ordnete er an, dass die Werbebanner an den Brückengeländern noch bis am 30. April 2019 toleriert würden. Ab dem 1. Mai 2019 sei das Anbringen von Werbung auf der Allmendbrücke, der Kuhbrücke, der Postbrücke, der Bahnhofbrücke, der Sinnebrücke und der Mühlebrücke ausdrücklich untersagt.

3. Dagegen reichte die Stadt Thun am 4. März 2019 Beschwerde bei der Bau-, Verkehrs- und Energiedirektion des Kantons Bern (BVE) ein. Sie beantragt, die Ziffern 3.2.1 (Bauabschlag) und 3.2.2 (Verbot der Brückenwerbung ab 30. April 2019) des Bauentscheids vom 5. Februar 2019 seien aufzuheben. Für die Standorte 1 bis 4 sei die Baubewilligung zu erteilen. Im Sinne einer vorsorglichen Massnahme seien die Werbebanner an den Brückengeländern (Standorte 1 bis 4) bis 30 Tage nach rechtskräftigem Entscheid über die Baubewilligung zu tolerieren.

4. Das Rechtsamt, das die Beschwerdeverfahren für die BVE leitet¹, holte die Vorakten ein und führte den Schriftenwechsel durch. Der Regierungsstatthalter von Thun beantragt in seiner Stellungnahme vom 8. März 2019 die Abweisung der Beschwerde.

¹ Art. 7 der Verordnung vom 18. Oktober 1995 über die Organisation und die Aufgaben der Bau-, Verkehrs- und Energiedirektion (Organisationsverordnung BVE, OrV BVE; BSG 152.221.191)

5. Das Rechtsamt führte im Beisein der Parteien und einer Vertretung der KDP einen Augenschein mit Instruktionsverhandlung durch. Am Augenschein waren die Brücken frei von Transparenten, weil die Stadt dafür keine Bewilligungen mehr ausstellte. Die Parteien erhielten Gelegenheit, sich zum Protokoll des Augenscheins zu äussern und Schlussbemerkungen einzureichen. Die Stadt Thun nahm mit Eingabe vom 17. Juni 2019 Stellung. Der Regierungsstatthalter von Thun reichte am 17. April 2019 einen Beweisantrag und am 9. August 2019 ein weiteres Beweismittel ein. Das Rechtsamt gab der Stadt Thun Gelegenheit zu einer allfälligen Stellungnahme. Davon machte diese nicht Gebrauch.

6. Auf die Rechtsschriften sowie auf das Ergebnis des Augenscheins wird, soweit für den Entscheid wesentlich, in den nachfolgenden Erwägungen eingegangen.

II. Erwägungen

1. Sachurteilsvoraussetzungen

Bauentscheide und baupolizeiliche Verfügungen nach Art. 45 BauG² können innert 30 Tagen seit Eröffnung mit Baubeschwerde bei der BVE angefochten werden (Art. 40 und 49 BauG). Die BVE ist somit für die Beurteilung der Beschwerde zuständig. Zur Beschwerde befugt sind die Baugesuchstellerinnen, die Baugesuchsteller, die Einsprecherinnen, die Einsprecher und die zuständige Gemeindebehörde (Art. 40 Abs. 2 BauG). Die Beschwerdeführerin ist Baugesuchstellerin und durch den Bauabschlag sowie die baupolizeiliche Verfügung beschwert. Sie ist zur Beschwerdeführung legitimiert. Auf die form- und fristgerecht eingereichte Beschwerde ist einzutreten.

² Baugesetz vom 9. Juni 1985 (BauG; BSG 721.0)

2. Brückenwerbung, rechtliche Voraussetzungen

a) Die Beschwerdeführerin macht insbesondere geltend, die nicht-kommerzielle Brückenwerbung sei in der Stadt Thun historisch verankert; seit über 30 Jahren würden insbesondere in der Innenstadt Transparente an Brücken und Geländern bewilligt. Die Brückenwerbung diene der regionalen und lokalen Kulturförderung: sie sei kostengünstig und effektiv und daher bei Vereinen und kulturellen Organisationen beliebt. Mit dem Bauvorhaben dürften die Transparente nur noch an den definierten Standorten angebracht werden, was für einen ästhetisch ansprechenden und ordentlichen Eindruck Sorge. Mit den geplanten Aufhängevorrichtungen werde die Anzahl der Befestigungspunkte und die Werbefläche um rund 30 % reduziert. Auf der Sinnebrücke und der Mühlebrücke würden schon jetzt keine Transparente mehr bewilligt. Die Stadt Thun habe ein ausgewogenes Plakatierungskonzept erstellt, das Rücksicht auf das Ortsbild nehme und einer lebendigen Stadt Rechnung trage. Die Brückenwerbung werde nach Erteilung der Baubewilligung in dieses Plakatierungskonzept integriert. Dank der Brückenwerbung habe die illegale Plakatierung in Grenzen gehalten werden können. Zusätzliche Litfasssäulen oder Plakatanschlagestellen vermöchten nicht den gleichen Zweck zu erfüllen und beeinträchtigten das Ortsbild ebenfalls. Bei der Beurteilung des Baugesuchs seien nicht ausschliesslich denkmalpflegerische Aspekte zu berücksichtigen, sondern alle relevanten Interessen (Förderung der Vereine, lebendige Innenstadt, Denkmalpflege) gegeneinander abzuwägen. Die Spielregeln für die Brückenwerbung seien inzwischen weiter verschärft worden. Für kommerzielle Werbung stehe die Brückenwerbung in Zukunft nicht mehr zur Verfügung und die Dauer für den Aushang sei auf zwei Wochen beschränkt worden. Der Entwurf der überarbeiteten Weisung für den temporären Aushang von Transparenten (Brückenwerbung) werde dem Gemeinderat zur Genehmigung vorgelegt, sobald die Baubewilligung rechtskräftig sei. Mit den überarbeiteten Weisungen strebe die Stadt Thun einen Ausgleich zwischen den erwähnten Interessen an.³

Die Vorinstanz begründete den Bauabschlag damit, dass die Veranstaltungswerbung an den Brücken in den letzten Jahren sowohl bezüglich der Anzahl und der Dauer (bis zu 50 Wochen pro Jahr) massiv zugenommen habe. Diese Werbung stehe im Widerspruch zu den ortsbildschutzrechtlichen und denkmalpflegerischen Vorschriften. Im Beschwerdeverfahren erklärte die Vorinstanz, die Anstrengungen der Stadt für ein aktives

³ Beschwerde, Protokoll des Augenscheins vom 15. Mai 2019 S. 3 f., Stellungnahme vom 17. Juni 2019

Vereinsleben und vielfältige Veranstaltungen seien unbestritten. Die Brücken seien heute aber in einem Ausmass mit Fremdwerbung behängt, das nicht bewilligungsfähig erscheine. Für den Gesamteindruck sei auch der Blumen- und Fahنشmuck an den Brücken massgebend. Die Fahnen an den Brücken hätten zeitweise ebenfalls Werbecharakter. Das Ortsbild vertrage keine zusätzlichen Plakate an den Brückengeländern.⁴

b) Die Stadt Thun ist im Inventar der schützenswerten Ortsbilder der Schweiz (ISOS) als Ortsbild von nationaler Bedeutung aufgenommen. Die Bahnhofbrücke figuriert im ISOS als Objekt mit Bedeutung und höchstem Erhaltungsziel (Kategorie A) (Nummer 0.0.19). Die neue Postbrücke ist als Hinweis aufgenommen (Nummer 0.0.20). Bei Bauvorhaben, die –wie vorliegend – keine Bundesaufgabe betreffen,⁵ wird der Schutz von Ortsbildern durch kantonales und kommunales Recht gewährleistet (vgl. Art. 78 Abs. 1 BV⁶). Bundesinventare wie das ISOS sind aber insofern von Bedeutung, als die Schutzanliegen bei der (Nutzungs-) Planung berücksichtigt werden müssen. Zum anderen ist die gegebenenfalls im Einzelfall erforderliche Interessenabwägung im Lichte der Heimatschutzanliegen vorzunehmen.⁷

c) Die vier betroffenen Brücken liegen in der Innenstadt. Die Allmendbrücke, Postbrücke und Bahnhofbrücke erschliessen das Bälliz von Süden bzw. Südwesten her, die Kuhbrücke verbindet das Bälliz und die rechtsufrige Altstadt. Diese Innenstadtgebiete sind in der kommunalen Bauordnung als Erhaltungs- und Entwicklungsgebiete definiert und stellen Schutzgebiete im Sinne von Art. 86 BauG dar (Altstadtgebiete A II "Bälliz" und A III "Gassen", vgl. Zonenplan I und Art. 31 und 32 GBR⁸). Gemäss Art. 32 GBR umfasst die Altstadt das Gebiet innerhalb der ehemaligen Stadtbefestigung. Sie ist in ihrer Gesamtheit ein historisches Baudenkmal. Ihre Erscheinung sowie ihre Struktur, ihre prägenden Elemente und Merkmale sind zu erhalten und zu pflegen. In der Kommentarspalte heisst es zu Abs. 1: "Trotz den erhöhten gestalterischen Anforderungen bleibt die Altstadt – und innerhalb dieser besonders das Bälliz – ein wirtschaftlicher Entwicklungsschwerpunkt und somit ein Baugebiet von hoher Dichte mit einem entsprechenden Erneuerungsbedarf."

⁴ Stellungnahme vom 8. März 2019, Eingaben vom 17. April und 9. August 2019

⁵ Vgl. Art. 3 und 6 i.V.m. Art. 2 NHG e contrario (Bundesgesetz vom 1. Juli 1966 über den Natur- und Heimatschutz NHG; SR 451)

⁶ Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999 (BV; SR 101)

⁷ BGer 1C_578/2016 vom 28. Juni 2017, in ZBI 2018 S. 202 E. 3.1; BGE 135 II 209 E. 2.1

⁸ Baureglement der Stadt Thun, vom Amt für Gemeinden und Raumordnung genehmigt am 24. Juli 2003 und 27. August 2003

d) Reklamen dürfen Landschaften, Orts- und Strassenbilder nicht beeinträchtigen (Art. 9 Abs. 1 BauG). Die Gemeinden sind befugt, strengere und detailliertere Vorschriften zu erlassen, namentlich auch für Strassenreklamen (Art. 9 Abs. 3 BauG, vgl. Art. 100 SSV⁹). Der kommunale Gestaltungsgrundsatz verlangt, dass bei Bauvorhaben zusammen mit der Umgebung eine gute Gesamtwirkung entsteht (Art. 5 GBR). Gleiches gilt für die Aussenraumgestaltung (Art. 6 Abs. 1 GBR). Diese Bestimmungen gehen weiter als das Beeinträchtigungsverbot von Art. 9 Abs. 1 BauG; ihnen kommt daher selbständige Bedeutung zu. Gemäss Art. 6 Abs. 6 GBR sind Plakate so anzuordnen, dass sie das Strassen-, Orts- und Landschaftsbild, schützens- und erhaltenswerte Objekte, die Wohn- und Aufenthaltsqualität sowie die Verkehrssicherheit nicht beeinträchtigen. Sie sind auf wichtige Verkehrsachsen zu beschränken und in Plakatgruppen aufzustellen. Es ist ein einheitliches Trägermaterial zu verwenden.

e) Sind Baudenkmäler betroffen, ist der Schutz abschliessend durch das kantonale Recht geregelt (Art. 10a ff. BauG). Baudenkmäler sind herausragende Objekte und Ensembles von kulturellem, historischem oder ästhetischem Wert. Dazu gehören namentlich Ortsbilder, Baugruppen, Bauten und Anlagen (Art. 10a BauG). Baudenkmäler können nach den Bedürfnissen des heutigen Lebens und Wohnens für bisherige oder passende neue Zwecke genutzt und unter Berücksichtigung ihres Wertes verändert werden. Sie dürfen durch Veränderungen in ihrer Umgebung nicht beeinträchtigt werden (sog. Umgebungsschutz, Art. 10b Abs. 1 BauG). Dies heisst nicht, dass die Umgebung überhaupt nicht verändert werden darf, soweit sie nicht selber schützens- oder erhaltenswert ist. Eine Veränderung soll aber auf das Baudenkmal grösstmögliche Rücksicht nehmen und dieses nicht wesentlich beeinträchtigen. Was das im konkreten Fall heisst, hängt vom Schutzbedarf des Baudenkmals und seiner Stellung in der Umgebung einerseits und dem Interesse an der Veränderung dieser Umgebung andererseits ab.¹⁰ Voraussetzung für den Schutz nach Art. 10b Abs. 1 BauG ist die Aufnahme in das Bauinventar.

Das Bälliz und die rechtsufrige Altstadt sind mitsamt den Brücken und dem dazugehörenden Aareraum im Bauinventar als Baugruppen aufgenommen. Die rechtsufrige Altstadt liegt in der Baugruppe A (Hauptgasse-Schlossberg) und umfasst auch

⁹ Signalisationsverordnung des Bundesrats vom 5. September 1979 (SSV; SR 741.21)

¹⁰ VGE 2018/202 vom 20.03.2019 E. 3.2; Aldo Zaugg/Peter Ludwig, Kommentar zum Baugesetz des Kantons Bern, 4. Aufl., Band I, Bern 2013, Art. 10a-10f N. 7

die Kuhbrücke. Die Baugruppe B umfasst das gesamte Bälliz inklusive Bahnhof-, Post- und (teilweise) die Allmendbrücke. Die Bahnhofbrücke ist darüber hinaus selber als erhaltenswertes Baudenkmal eingestuft. Die Postbrücke, welche 1994 als Ersatz für eine ältere Brücke erstellt wurde, figuriert im Anhang des Bauinventars, was aber noch keine unmittelbare Rechtswirkung hat. Die Mehrzahl der Gebäude in den Baugruppen A und B sind als schützenswerte oder erhaltenswerte Baudenkmäler eingestuft.

3. Beurteilung des Bauvorhabens

a) Das Bauvorhaben sieht vor, dass bei den vier genannten Brücken Metallschienen am Brückengeländer angebracht werden, an denen je ein Veranstaltungsbanner mit Kabelbinder montiert werden kann. Die Anschlagstellen haben Abmessungen von je 3 m x 0,9 m, d.h. die Werbefläche beträgt 2,7 m². Bei der Bahnhofbrücke sind insgesamt drei Reklamestellen vorgesehen, bei der Post-, Allmend- und der Kuhbrücke sind es jeweils sechs, d.h. je drei auf beiden Geländern. Aus Gründen der Verkehrssicherheit ist nahe bei den Verkehrskreiseln bzw. der Ausfahrt auf die Aarestrasse keine Anschlagstelle vorgesehen; die geplanten Reklamestellen sind daher näher bei der Altstadt angeordnet.¹¹

b) Die KDP beurteilte das Bauvorhaben in ihrem Fachbericht wie folgt:

"Die Innenstadtbrücken sind aus ortsbildpflegerischer Sicht sehr wichtige Bestandteile des Stadtbildes. Sie verbinden über die Aareläufe die dicht bebauten Innenstadtteile und ermöglichen Ausblicke auf Wasserläufe, Stadtkörper und darüber hinaus. Aus ortsbildpflegerischer Sicht eignen sich diese Brücken mit ihren feingliedrigen Brüstungen nicht als Werbeträger. Die naturgemäss bunten, unruhig wirkenden Blachen beeinträchtigen das Ortsbild. Die erhaltenswert eingestufte Bahnhofbrücke ist darüber hinaus direkt als Baudenkmal beeinträchtigt. Aus dieser Sicht sollten für Werbungen andere Lösungen gesucht werden, beispielsweise an Plakatstellen oder mit gut gestalteten Litfasssäulen. Unseres Wissens sind in anderen Schweizer Städten keine vergleichbaren Werbungen üblich."

Am Augenschein hielt der Vertreter der KDP fest, wichtig sei das Gesamtbild der Stadt. Alle Brücken seien Teil von Baugruppen; die Baugruppe werde als Ganzes betrachtet. Die Bahnhofbrücke sei darüber hinaus selber ein erhaltenswertes Baudenkmal. Der Aareraum

¹¹ Vgl. Protokoll des Augenscheins vom 15. Mai 2019, S. 3

gehöre vom räumlichen Empfinden her zur Altstadt.¹² Am Standort bei der Bahnhofbrücke führte der Vertreter der KDP aus, das Ortsbild und der hier betroffene Bereich seien geprägt von Häuserfronten, Plätzen und dem Aareraum mit viel Freifläche. Es habe zahlreiche Baudenkmäler, z.B. beide Gebäude beim Brückenkopf auf der Altstadtseite sowie Gebäude rund um den Maulbeerkeisel. Mit Werbebannern an der Bahnhofbrücke werde die Sicht auf das Geländer, den Obelisk und die Häuserfront beeinträchtigt. Generell sollte die Werbung zurückhaltender sein. Von diesem Standort aus sollte man durch das Brückengeländer auf die Aare sehen können. Die Werbung beeinträchtige das gesamte Ortsbild.¹³ Bei der Postbrücke führte der Vertreter der KDP aus, es gebe auf der gegenüberliegenden Seite (Aarestrasse) zwar auch weniger qualitätsvolle Gebäude, aber es dürfe keine isolierte Betrachtung vorgenommen werden. In umgekehrter Blickrichtung werde die Brückenwerbung zusammen mit der Altstadt wahrgenommen. Die Postbrücke bestehe aus einer feingliedrigen Eisenkonstruktion. Zusammen mit der bunten Werbung ergäbe sich ein ganz anderes Bild: Man würde nicht mehr die einzelnen Brückenelemente und die Konstruktion wahrnehmen, sondern nur noch eine "Wand"; der Blick auf die Aare würde versperrt. Es habe bereits viele Elemente [Blumenkistchen, Fahnen] an den Brücken. Mit der zusätzlichen Werbung wirke alles sehr unruhig.¹⁴ Zur Allmendbrücke führte der Vertreter der KDP aus, es handle sich um eine Betonunterkonstruktion mit einem feingliedrigen Geländer. Dahinter befinde sich ein denkmalgeschütztes Haus. Auch hier hätten die Plakate eine starke Veränderung des Gesamtbildes zur Folge. Man habe hier zudem Sicht Richtung Schwäbisbad und Selveareal, das mehrere geschützte Gebäude aufweise. Die Werbung würde das Ortsbild stark verändern und die filigrane Brücke wäre nicht mehr als solche erkennbar.¹⁵ Am Standort bei der Kuhbrücke ergänzte er, dass eine geringere Anzahl Werbeflächen pro Brücke keine Verbesserung darstellen würde. Problematisch sei die ganzjährige, vollflächige Belegung der Brückengeländer. Zwei bis drei Werbebanner pro Jahr in der Mitte der Brücke für einzelne übergeordnete Ereignisse und Grossanlässe wären weniger problematisch.¹⁶

c) Die Beurteilung der KDP ist nachvollziehbar und überzeugt. Weitere Gutachten oder Abklärungen gemäss den Beweisanträgen der Vorinstanz waren nicht erforderlich. Die

¹² Protokoll des Augenscheins vom 15. Mai 2019, S. 7

¹³ Protokoll des Augenscheins vom 15. Mai 2019, S. 6

¹⁴ Protokoll des Augenscheins vom 15. Mai 2019, S. 7

¹⁵ Protokoll des Augenscheins vom 15. Mai 2019, S. 8

¹⁶ Protokoll des Augenscheins vom 15. Mai 2019, S. 9

beiden Aareläufe und die Brücken sind prägende Bestandteile der Thuner Innenstadt. Das Bälliz und die rechtsufrige Altstadt sind dicht bebaut und wirken kompakt. Mit der Aare ergeben sich Freiräume, die weite Ausblicke ermöglichen, von der Kuhbrücke beispielsweise bis zu den Alpen. Die bei allen Brücken feingliedrigen Metallgeländer erlauben eine fast ungehinderte Sicht auf die ruhig fliessende Aare. Die geplante Brückenwerbung würde dazu führen, dass ein beträchtlicher Teil der Brückengeländer durch Werbebanner belegt wäre. Dies wäre praktisch ganzjährig der Fall, da die Veranstaltungswerbung der rund 60 Vereine nach Angaben der Stadt in den letzten Jahren stark zugenommen hat. Aufgrund dieser Nachfrage gäbe es bei den Brücken kaum werbefreie Zeit, auch wenn die Dauer des Aushangs für die Werbetransparente weiter beschränkt werden soll (von ursprünglich sechs auf zwei Wochen).¹⁷ Die Brückengeländer, deren Funktion und Zweck in der Absturzsicherung liegt, würden faktisch (auch) zu Werbemittelträgern.

Der Durchblick auf den Aareraum, welcher Weite und Durchlässigkeit vermittelt, würde durch die grossformatigen Werbetransparente stark eingeschränkt.¹⁸ Gerade für Personen im Rollstuhl oder jüngere Kinder wäre der Blick auf die Aare und in die Ferne bei den Reklamestellen verdeckt.¹⁹ Fix montierte Werbebanner sind zudem nicht vergleichbar mit den Autos, welche die Durchblicke nur zeitweilig einschränken.²⁰ Die Werbebanner an den Brückengeländern würden nicht nur das Erscheinungsbild der Brücken und die Sicht auf die Aare beeinträchtigen, sondern hätten auch zur Folge, dass das Ortsbild und einige Baudenkmäler praktisch immer zusammen mit Werbetransparenten wahrgenommen würden.²¹ Werbung will naturgemäss auffallen und die Aufmerksamkeit der Passanten auf sich ziehen. Auch wenn die Gestaltung der Transparente nach den Weisungen der Stadt Thun Einschränkungen unterliegt (keine fluoreszierende oder reflektierende Farben, maximal 3 % Fläche für Sponsorenwerbung),²² hätten die Transparente eine störende Wirkung auf das Ortsbild und einzelne Baudenkmäler. Tangiert würden vorliegend

¹⁷ Protokoll des Augenscheins vom 15. Mai 2019, S. 2-4; vgl. die Weisungen vom 30. Juni 2016 (Vorakten bzus 18/2016), vom 3. September 2018 (Vorakten bbew 132/2018) und Entwurf der neuen Weisung, Beilage 2 zur Stellungnahme der Stadt vom 17. Juni 2019

¹⁸ Vgl. Fotodokumentation des Augenscheins, insbesondere Fotos Nr. 5, 7, 20, 21, 26, 28, 29

¹⁹ Vgl. Fotodokumentation, Foto Nr. 12

²⁰ Protokoll des Augenscheins, S. 9 oben; im Zeitpunkt des Augenscheins bestand eine Umleitung des rechtsufrigen Verkehrs (Richtung Gunten) durch die Innenstadt.

²¹ Vgl. Fotodokumentation, insbesondere Fotos Nr. 2, 5-7, 10-14, 19-22

²² Vgl. Fn. 17

insbesondere die Bahnhofbrücke (erhaltenswertes Baudenkmal) sowie die Kopfbauten bei der Bahnhofbrücke, die als erhaltenswert (Bälliz 64) bzw. schützenswert (Freienhofgasse 21 und 23) eingestuft sind.²³ Bei der Postbrücke beträfe es insbesondere die Gebäude Bälliz 52 (schützenswert) und Bälliz 50, 54 (erhaltenswert).²⁴ Bei der Allmendbrücke würden auf der Seite des Bälliz insbesondere die zwei schützenswerten Gebäude am Ende der Brücke (Bälliz Nr. 12, 14) sowie zwei erhaltenswerte Nachbargebäude (Bälliz Nr. 16, 18) betroffen.²⁵

Das Gebiet um die Kuhbrücke ist ein lebendiges, neueres Geschäftsviertel. Auffällig sind die zahlreichen bunten Reklamen und Leuchtschriften.²⁶ Bei den Baudenkmalern handelt es sich um Gebäude aus der Mitte oder zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts.²⁷ Die Geschäftsgebäude Bälliz 2, Schwäbischgasse 1, Marktgasse 17 und 18 sind als erhaltenswert eingestuft. Das Bürohaus mit Leichtmetallfassade von 1973/74 (Bälliz 1) ist im Bauinventar jedoch nicht aus ästhetischen, sondern architekturhistorischen Gründen als schützenswert aufgeführt und im ISOS als störendes Objekt vermerkt (Nummer 3.2.3).²⁸ Allfällige Beeinträchtigungen sind jedoch kein Grund, weitere Beeinträchtigungen zu erlauben.²⁹ In diesem dicht bebauten, heterogenen Gebiet besteht erst recht ein besonderes Interesse, bei der Brücke die Sicht auf den Aareraum frei zu lassen.

d) Zusammenfassend hat die unmittelbare Umgebung der geplanten Reklamestellen Denkmalqualität und ist im ISOS als Ortsbild von nationalem Interesse aufgenommen. Dazu gehört auch der Aareraum (Umgebungszone U-Zo II) mit dem Erhaltungsziel a (Erhalten der Beschaffenheit als Kulturland oder Freifläche).³⁰ Die geplante Brückenreklame entfaltet an allen Standorten eine störende Wirkung, sowohl in der Baugruppe – auf das Ortsbild mit dem Aareraum – als auch auf einzelne Baudenkmäler.

²³ Vgl. Fotodokumentation, Fotos Nr. 3, 5, 6

²⁴ Vgl. Fotodokumentation, Fotos Nr. 11, 12

²⁵ Vgl. Fotodokumentation, Fotos Nr. 19-22

²⁶ Vgl. Fotodokumentation, Fotos Nr. 24-28

²⁷ Vgl. Fotodokumentation, Fotos Nr. 25-30

²⁸ Vgl. Fotodokumentation, Foto Nr. 30, rechts im Bild

²⁹ VGE 2018/202 vom 20.03.2019 E. 4.5

³⁰ Vgl. ISOS

e) Es ist unbestritten, dass die vorgesehenen baulichen Massnahmen mit fest definierten Werbestellen, die Verringerung der Werbefläche und die beabsichtigte verschärfte Praxis für den Aushang von Transparenten eine Verbesserung gegenüber dem früheren, nicht baubewilligten Zustand darstellen würde. Gegenstand der vorliegenden Beurteilung ist jedoch nicht ein Vergleich mit dem früheren Zustand, sondern das Vorhaben, für das jetzt um eine Baubewilligung ersucht wird. Auch dieses wirkt sich wie gesehen nachteilig auf den Wert der Baugruppe und einzelnen Baudenkmäler aus. Bei der Veranstaltungswerbung handelt es sich um Fremdreklame, die keinen Zusammenhang mit den Brücken hat und objektiv gesehen nicht auf solche Standorte angewiesen ist. Das Interesse der Vereine, möglichst kostengünstig und wirkungsvoll an hochfrequentierten Strassen zu werben, ist verständlich. Nachvollziehbar ist auch das Anliegen der Stadt, im Interesse einer lebendigen Stadt die Vereine zu fördern und wilde Plakatierung zu verhindern, welche das Ortsbild beeinträchtigt. Die Brückenwerbung hat jedoch ihrerseits eine Beeinträchtigung des geschützten Ortsbildes zur Folge. Die Brückengeländer mögen äusserst attraktive Anschlagstellen für Veranstaltungswerbung sein, sie sind aber nicht die einzigen Werbestandorte für Vereine und Organisationen. Die Stadt Thun stellt für Veranstaltungswerbung zehn unentgeltliche Anschlagstellen zur Verfügung. Zudem können die Organisationen von vergünstigten Tarifen bei den APG-Plakatstellen profitieren.³¹ Im Übrigen ist das Aushängen von Plakaten nur eine von mehreren Möglichkeiten, um in der Öffentlichkeit auf eine Veranstaltung aufmerksam zu machen.

Die Interessen des Denkmal- und Ortsbildschutzes (ISOS) überwiegen demnach die Interessen der Stadt und der Vereine bzw. Organisationen an kostengünstiger und wirkungsvoller Veranstaltungswerbung deutlich. Das Vorhaben ist nicht bewilligungsfähig. Die Beschwerde ist demnach abzuweisen.

f) Die Beschwerdeführerin beantragte, im Sinne einer vorsorglichen Massnahme seien die Werbebanner an den Brückengeländern (Standorte 1 bis 4) bis 30 Tage nach rechtskräftigem Entscheid über die Baubewilligung zu tolerieren. Die Beschwerde hat aufschiebende Wirkung (Art. 68 VRPG³²). Da die Stadt Thun seit Mai 2019 keine neue Veranstaltungswerbung an den Brücken mehr bewilligte,³³ erübrigt es sich, eine neue Frist für das Verbot der Brückenwerbung anzusetzen.

³¹ Protokoll des Augenscheins, S. 5

³² Gesetz vom 23. Mai 1989 über die Verwaltungsrechtspflege (VRPG; BSG 155.21)

³³ Vgl. Eingabe des Regierungsstatthalters vom 17. April 2019

4. Kosten

- a) Die Verfahrenskosten im Beschwerdeverfahren bestehen aus einer Pauschalgebühr. Für besondere Untersuchungen, Gutachten und dergleichen können zusätzliche Gebühren erhoben werden (Art. 103 Abs. 1 VRPG). Die Pauschalgebühr wird festgesetzt auf Fr. 1'800.– (Art. 103 Abs. 2 VRPG i.V.m. Art. 19 Abs. 1 und Art. 20 Abs. 1 GebV³⁴). Darin enthalten sind auch die Kosten für den Augenschein vom 15. Mai 2019 und die Teilnahme des Vertreters der KDP.
- b) Bei diesem Ausgang des Verfahrens unterliegt die Beschwerdeführerin. Die Stadt Thun ist Baugesuchstellerin und daher in Vermögensinteressen betroffen. Sie hat die Verfahrenskosten von Fr. 1'800.– zu tragen (Art. 108 Abs. 1 VRPG).
- c) Parteikosten werden keine gesprochen (Art. 104 Abs. 1 und 3 VRPG).

III. Entscheid

- 1. Die Beschwerde wird abgewiesen. Der Bauabschlag und die baupolizeiliche Verfügung des Regierungsstatthalters von Thun vom 5. Februar 2019 werden bestätigt.
- 2. Die Verfahrenskosten von Fr. 1'800.– werden der Beschwerdeführerin zur Bezahlung auferlegt. Eine separate Zahlungseinladung folgt, sobald dieser Entscheid in Rechtskraft erwachsen ist.
- 3. Es werden keine Parteikosten gesprochen.

³⁴ Verordnung vom 22. Februar 1995 über die Gebühren der Kantonsverwaltung (Gebührenverordnung, GebV; BSG 154.21)

IV. Eröffnung

- Einwohnergemeinde Thun, handelnd durch den Gemeinderat, eingeschrieben
- Regierungsstatthalter von Thun, A-Post
- Kantonale Denkmalpflege, zur Kenntnis

Bau-, Verkehrs- und Energiedirektion

Der Direktor

Christoph Neuhaus

Regierungsrat

Rechtsmittelbelehrung

Dieser Entscheid kann innert 30 Tagen seit seiner Eröffnung mit Beschwerde beim Verwaltungsgericht des Kantons Bern, Speichergasse 12, 3011 Bern, angefochten werden. Eine allfällige Verwaltungsgerichtsbeschwerde, die mindestens in drei Exemplaren einzureichen ist, muss einen Antrag, die Angabe von Tatsachen und Beweismitteln, eine Begründung sowie eine Unterschrift enthalten; der angefochtene Entscheid und andere greifbare Beweismittel sind beizulegen.