



Platzierung und Verteilung von Werbung

Nicht nur der Inhalt einer Werbung, auch die Art und Weise, wie Werbung unter das Volk gebracht wird, kann wettbewerbswidrig sein.

Werbung per Post

Immer zulässig ist die Werbung per Brief, die direkt an den Empfänger adressiert ist, oder durch Postwurfsendung. Briefwerbung muss allerdings auf den ersten Blick als Werbung erkennbar sein und darf beispielsweise nicht durch ihre äußere Erscheinung vortäuschen, ein persönlicher Brief zu sein. Allerdings ist ein Sperrvermerk („Keine Werbung einwerfen“) zu beachten.

Werbung per Telefon, Fax, E-Mail und SMS

Werbung durch Telekommunikationsmittel ist bis auf wenige Ausnahmen unzulässig. Näheres dazu finden Sie in den IHK-Merkblättern „Werbung mit Kundendaten“ und „Belästigende Werbung“.

Werbung durch Verteilung von Werbebriefen oder Wurfzetteln

Wird Werbung, sei es in Form von Briefen oder als Wurfzettel (sog. „Flyer“), nicht durch die Post zugestellt, sondern durch das werbende Unternehmen selbst oder einen beauftragten Verteilerdienst, müssen Hinweise wie „Bitte keine Werbung“ am Briefkasten unbedingt beachtet werden. Ansonsten ist die Verteilung als belästigende Werbung unzulässig.

Scheibenwischerwerbung, d. h. das Anbringen von Werbematerial hinter dem Scheibenwischer eines Autos, und vergleichbare Werbemaßnahmen stellen stets eine unzumutbare Belästigung dar. Denn sie beeinträchtigt den Autofahrer in der Nutzung seines Fahrzeugs, bürdet ihm die Last der Entsorgung auf und ist daher erkennbar unerwünscht. Außerdem kann sich der Fahrer nicht durch eine Art Sperrvermerk wie bei der Briefkastenwerbung dagegen wehren. Diese Auffassung ist aber umstritten und wird nicht von allen Gerichten geteilt.

Die Verteilung von Werbung an Passanten ist zulässig, solange es nicht in aufdringlicher Art und Weise geschieht. Im Einzelfall kann hierfür eine Sondernutzungserlaubnis erforderlich sein, soweit hierdurch der öffentliche Straßenraum nicht zu Verkehrs- sondern zu Werbezwecken genutzt wird.

Die Verteilung von Werbung auf fremden Grundstücken, beispielsweise in Einkaufszentren, auf Parkplätzen von Unternehmen oder in Telefonzellen, ist nur mit Zustimmung des Eigentümers zulässig. Wird diese Zustimmung nicht eingeholt, ist damit zu rechnen, dass der Grundstückseigentümer von seinem Hausrecht Gebrauch macht und darüber hinaus Reinigungskosten für die Beseitigung von weggeworfenen Wurfzetteln in Rechnung stellt!

Informationsstände und Ansprechen von Passanten

Werbung durch Informationsstände im öffentlichen Straßenraum ist grundsätzlich zulässig. Hierfür ist allerdings eine Sondernutzungserlaubnis zwingend erforderlich. Eine solche Erlaubnis wird nur zeitlich und räumlich begrenzt erteilt. Dabei sind abhängig vom jeweiligen Ort Einschränkungen aus Gründen der Verkehrssicherheit oder möglicher Beeinträchtigungen denkbar.

Wie die Verteilung von Werbung ist das Ansprechen von Passanten grundsätzlich zulässig, solange es nicht aufdringlich geschieht und der Ansprechende als Werber erkennbar ist, d. h. es muss für den Angesprochenen von vornherein erkennbar sein, dass es sich um Werbung handelt und nicht nur nach dem Weg gefragt wird. Das Ansprechen in der Öffentlichkeit umfasst neben der Ansprache auf der Straße und auf Plätzen auch Warenhäuser, Einkaufszentren, Geschäftspassagen und Märkte.

Plakate und Aufkleber

Die Anbringung von Werbeplakaten und Aufklebern ist nur zulässig, wenn sie mit Einwilligung des Eigentümers der jeweiligen Werbefläche geschieht. Werden Flächen ohne Einverständnis des Berechtigten beklebt („wildes Plakatieren“), hat dieser einen Anspruch auf Erstattung der Reinigungskosten als Schadensersatz. Dabei ist es unerheblich, ob Plakate oder Werbezetteln fest mit dem Untergrund verklebt oder lediglich mit Klebestreifen befestigt werden. Das gilt auch, wenn der Untergrund als „öffentlich“ (z. B. Telefonzellen, Wartehäuschen) oder „ungenutzt“ (z. B. Schaufenster von leer stehenden Ladenlokalen) angesehen wird.

Das Überkleben fremder Plakate ist immer wettbewerbswidrig. Dies gilt auch, wenn mit den überklebten Plakaten selbst vorher eigene überklebt wurden.

Die Anbringung von Aufklebern an Haustüren oder Briefkästen, wie sie manchmal von Schlüsseldiensten, Rohrreinigungen oder anderen Notdiensten praktiziert wird, ist als belästigende Werbung immer unzulässig. Niemand muss es gegen seinen Willen dulden, dass sein Eigentum als Werbeträger genutzt wird. In solchen Fällen kann das werbende Unternehmen nicht nur abgemahnt werden, sondern muss auch als Schadensersatz die Kosten der Beseitigung tragen.

Werbefahrzeuge und Anhänger

Das Aufstellen von Fahrzeugen und Anhängern zu Werbezwecken ist grundsätzlich unzulässig. Werden sie im öffentlichen Straßenraum aufgestellt, ist dafür eine Sondernutzungserlaubnis der Straßenbaubehörde erforderlich, soweit die Fahrzeuge und Anhänger zu gewerblichen Werbezwecken abgestellt worden sind und die Reklame der alleinige oder überwiegende Zweck ist. Die Sondernutzungserlaubnis wird jedoch üblicherweise nicht erteilt, da durch diese Art der Werbung das Stadt- bzw. Landschaftsbild übermäßig beeinträchtigt wird. Hier gilt auch nicht die Regel, dass Anhänger bis zu zwei Wochen an derselben Stelle geparkt werden dürfen – denn das Abstellen zu Werbezwecken gilt nicht als Parken im Sinne der Straßenverkehrsordnung.

Insbesondere ist das Abstellen von Werbefahrzeugen (ebenso wie die Errichtung anderer Werbeanlagen) auf Brücken über Autobahnen und Bundes-, Landes- und Kreisstraßen gesetzlich ausdrücklich untersagt.

Werden Werbeanhänger oder andere Fahrzeuge zu Werbezwecken ohne Genehmigung aufgestellt, muss das werbende Unternehmen mit dem Abschleppen des Fahrzeugs und einem Bußgeldverfahren rechnen!

Werden Werbeanhänger oder -fahrzeuge auf privatem Grund und Boden aufgestellt, werden sie wie feste Werbeanlagen behandelt – siehe unten.

Feste Werbeanlagen

Die Errichtung von festen Werbeanlagen ist nur zulässig mit einer Baugenehmigung. „Fest“ bedeutet dabei nicht zwingend, dass ein Werbeträger wie ein Gebäude fest mit dem Erdboden verbunden ist. Es reicht aus, dass er schon durch sein eigenes Gewicht auf dem Erdboden ruht oder an einem Gebäude befestigt ist. Damit zählen auch „bewegliche“ Werbeträger wie Anhänger oder Plakatständer als „feste“ Werbeanlagen. Nicht nötig ist es, dass eine solche Anlage für eine längere Zeit nicht bewegt wird.

Eine Baugenehmigung ist ausnahmsweise nicht erforderlich, wenn die Werbeanlage bis zu 1 m² groß ist oder sich unmittelbar am Unternehmen befindet und nicht fest mit dem Erdboden verbunden ist, wie Plakatständer oder Automaten.

Innerstädtisch sind Werbeanlagen grundsätzlich zulässig, da Werbeträger auf privaten Grundstücken zum Stadtbild gehören. Sie dürfen allerdings weder das Stadtbild verunstalten noch gehäuft angebracht werden. In Wohngebieten dürfen Werbeanlagen nur am Unternehmen selbst angebracht werden. Ausnahmen gelten nur für Werbung an Wartehäuschen, Telefonzellen oder ähnlichen Einrichtungen sowie für Werbung für kulturelle, kirchliche, sportliche oder ähnliche Veranstaltungen.

Außerhalb zusammenhängend bebauter Ortsteile sind Werbeanlagen dagegen unzulässig, eine Baugenehmigung wird nicht erteilt. Ausnahmen gelten nur für Anlagen unmittelbar an dem Unternehmen selbst, Hinweistafeln und Wegweiser zur Orientierung im Verkehr sowie Werbeanlagen an Flugplätzen, Sportanlagen, Ausstellungsgeländen und ähnlichen Orten.

Wird eine Werbeanlage ohne die erforderliche Baugenehmigung auf einem privatem Grundstück errichtet, müssen der Grundstückseigentümer und das werbende Unternehmen mit einem Bußgeld rechnen. Außerdem gilt die Werbeanlage als „Schwarzbau“ und muss entfernt werden.

Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer Kammer – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

Stand: September 2011