

Verteilung und Platzierung von Werbung

Stand: August 2011

Nicht nur der Inhalt einer Werbung, auch die Art und Weise, wie Werbung unter die Leute 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 nicht durch ihre äußere Erscheinung vortäuschen, ein persönlicher Brief zu sein. Allerdings ist ein Sperrvermerk („Keine Werbung einwerfen“) zu beachten. Dem Eigentümer oder Besitzer einer Wohnung steht gegenüber Postdienstleistungsanbietern ein Unterlassungsanspruch zu, wenn es trotz des Sperrvermerks zum Einwurf von Werbematerialien kommt.

Werbung per Telefon, Fax, E-Mail und SMS

Werbung durch Telekommunikationsmittel ist bis auf wenige Ausnahmen **unzulässig**. Siehe hierzu das gesonderte Merkblatt zum Telefonmarketing.

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 Verteildienst, müssen Hinweise wie „Bitte keine Werbung“ am Briefkasten unbedingt beachtet werden. Ansonsten ist die Verteilung als **belästigende Werbung** unzulässig. Ob die Befestigung von Werbematerial an **Scheibenwischern** von Pkws eine unzumutbare Belästigung darstellt, da der Pkw-Fahrer die Werbung entsorgen muss, ist umstritten, wobei die überwiegende Meinung dies als unzulässig ansieht. Hat ein Fahrzeugbesitzer jedoch seinen entgegenstehenden Willen zum Ausdruck gebracht, z.B. durch einen entsprechenden Hinweis an der Windschutzscheibe, ist Scheibenwischerwerbung auf jeden Fall unzulässig. Die Befestigung von Visitenkarten mit Werbeaufdruck zu gewerblichen Zwecken an parkenden Autos ist eine erlaubnispflichtige Sondernutzung. Der Händler muss demnach eine kostenpflichtige Erlaubnis bei der jeweiligen Straßenbaubehörde beantragen (OLG Düsseldorf, Az.: IV-4RBs-25/10 und IV-4Ws 57/10 Owi). 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 Werbematerialien vor dem Geschäftsbetrieb eines Mitbewerbers kann unter dem Gesichtspunkt der gezielten Behinderung unlauter sein. 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.

Eine Werbung am Unfallort, für welche Waren oder Dienstleistungen auch immer, ist stets unzulässig. Insbesondere kann sich der Werbende auch nicht darauf berufen, dass das Unfallopfer seiner Hilfe bedarf.

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. Das Ansprechen in der Öffentlichkeit umfasst neben der Ansprache auf der Straße und auf Plätzen auch Warenhäuser, Einkaufszentren, Geschäftspassagen und Märkte. Die Direktansprache von Passanten ist aber dann unzulässig, wenn es nach den gegebenen Verhältnissen (z.B. in einer engen Straße) gar nicht möglich ist, dem Werbenden auszuweichen oder der Werbende einen erkennbar entgegenstehenden Willen des Angesprochenen missachtet, indem er diesen am Weitergehen hindert oder ihm folgt.

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 Werbebezetel 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 leerstehenden Ladenlokalen) angesehen wird. Das **Überkleben** fremder Plakate ist immer **wettbewerbswidrig**. Dies gilt auch, wenn mit den überklebten Plakaten 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 **Schadenersatz** 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 bildet. 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

verboten. 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.

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 privaten Grundstück errichtet, müssen der Grundstückseigentümer und das werbende Unternehmen mit einem **Bußgeld** rechnen. Außerdem gilt die Werbeanlage als „**Schwarzbau**“ und muss entfernt werden.

Hinweis: Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK – 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.

Ein Merkblatt der

Industrie- und Handelskammer Siegen, Koblenzer Straße 121, 57072 Siegen, <http://www.ihk-siegen.de>

Ansprechpartner:

*IHK Siegen, Geschäftsstelle Olpe, Seminarstr. 36, 57462 Olpe
Ass. Gabriela Pokall, ☎ 02761 944520, Telefax 02761 944540
E-Mail gabriela.pokall@siegen.ihk.de*