

WETTBEWERBSRECHT - W 15

Stand: Juli 2012

Ihr Ansprechpartner
Ass. iur. Kim Pleines
E-Mail
kim.pleines@saarland.ihk.de
Tel.
(0681) 9520-640
Fax
(0681) 9520-690

Verteilung und Platzierung 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. Ein Sperrvermerk, z.B. „Keine Werbung einwerfen“, „Reklame nicht erwünscht“, ist zu beachten. Wird trotz eines solchen Sperrvermerks weiterhin Werbung in den Briefkasten eines Hauses eingeworfen, hat der Eigentümer oder Besitzer der Wohnung gegen den Postdienstleister einen Unterlassungsanspruch.

Werbung per Telefon, Fax, E-Mail und SMS

Werbung durch Telekommunikationsmittel ist bis auf wenige Ausnahmen **unzulässig**. Einzelheiten hierzu finden Sie in unserem Infoblatt „Telefon-, Fax-, E-Mail- und Briefwerbung (→W08, Kennzahl 65)“.

Werbung durch Verteilung von Werbebriefen oder Wurfzetteln

Wird Werbung, sei es in Form von Briefen oder als Wurfzettel (auf deutsch "Flyer") nicht durch die Post zugestellt, sondern durch das werbende Unternehmen selbst oder einen beauftragten Verteildienst, müssen Sie Hinweise wie **"Bitte keine Werbung"** am Briefkasten unbedingt **beachten**. Ansonsten ist die Verteilung als **belästigende Werbung** unzulässig.

Ob die Befestigung von Werbematerial, wie etwa **Wurfzettel an Scheibenwischer** von PKW eine Belästigung darstellt, da der PKW-Fahrer die Werbung entsorgen muss, ist umstritten. Die überwiegende Meinung sieht sie wohl als unzulässig an. Hat ein PKW-Fahrer seinen Willen zum Ausdruck gebracht, dass er eine Scheibenwi-

schwerwerbung nicht will, etwa durch einen entsprechenden Hinweis an seiner Windschutzscheibe, ist das Befestigen von Werbematerialien an der Windschutzscheibe auf jeden Fall unzulässig.

Die Befestigung von **Visitenkarten mit Werbeaufdruck** zu gewerblichen Zwecken an parkenden Autos ist eine erlaubnispflichtige Sondernutzung. Der Händler muss eine kostenpflichtige Erlaubnis bei der jeweiligen Straßenbaubehörde beantragen.

Die Verteilung von Werbung an **Passanten** ist **zulässig**, solange es nicht in aufdringlicher Art und Weise geschieht. Je nach Praxis der jeweiligen Stadt oder Gemeinde kann hierfür eine **Sondernutzungserlaubnis** erforderlich sein, da hierdurch öffentlicher Straßenraum nicht zu Verkehrs-, sondern zu Werbezwecken genutzt wird.

Die Verteilung von Werbung auf **fremden Grundstücken**, beispielsweise in Einkaufszentren oder auf Parkplätzen von Unternehmen, 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. Außerdem muss für den Angesprochenen von vornherein erkennbar sein, dass es sich um Werbung handelt und nicht nur nach dem Weg gefragt wird.

Plakate und Aufkleber

Die Anbringung von Werbeplakaten und Aufklebern ist nur zulässig, wenn sie mit **Einwilligung des Eigentümers** der jeweiligen Werbefläche geschieht. Das Bekleben von Flächen ohne Einverständnis des Berechtigten ("wildes Plakatieren") ist ein Wettbewerbsverstoß. Dabei ist es unerheblich, ob Plakate oder Werbezettel fest mit dem Untergrund verklebt oder lediglich mit Klebestreifen befestigt werden. Das gilt auch, wenn der Untergrund als „öffentlich“ (z.B. Telefonhäuschen, Wartehäuschen oder Litfasssäulen) oder „ungenutzt“ (z.B. Schaufenstern von leerstehenden 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 **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. Diese wird jedoch üblicherweise nicht erteilt, da durch diese Art der Werbung das Stadt- bzw. Landschaftsbild übermäßig beeinträchtigt wird.

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

Werden Werbeanhänger oder andere Fahrzeuge zu Werbezwecken ohne eine entsprechende Genehmigung aufgestellt, muss das werbende Unternehmen nicht nur mit einer wettbewerbsrechtlichen **Abmahnung**, sondern auch 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 weiter 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 kleiner als 0,5 m² 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.

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.