



Industrie- und Handelskammer
zu Dortmund

Merkblatt „Verteilung und Platzierung von Werbung“

Kontakt: Ass. Jost Leuchtenberg, j.leuchtenberg@dortmund.ihk.de (Stand: November 2016)

1 Allgemeines

Bei den Stichworten „Werbung“ und „Wettbewerbsrecht“ denkt man zumeist an den wettbewerbsrechtskonformen **Inhalt** einer Werbung. Jedoch darf nicht in Vergessenheit geraten, dass auch die **Art und Weise**, wie Werbung in den Verkehr gebracht wird, wettbewerbswidrig sein kann.

2 Werbung per Post

Grundsätzlich zulässig ist direkt an einen bestimmten Empfänger adressierte Werbung per Brief oder Postwurfsendung. Briefwerbung muss stets auf den ersten Blick als Werbung erkennbar sein und darf nicht durch ihre äußere Erscheinung einen anderen Inhalt – etwa eine behördliche Mitteilung oder ein privates Schreiben – vortäuschen. Vom Werbenden beachtet werden müssen Sperrvermerke („Keine Werbung einwerfen“), etwa am Briefkasten. Werden dennoch Werbematerialien eingeworfen, kann der Berechtigte sich dagegen mit einem Unterlassungsanspruch zur Wehr setzen.

3 Werbung per Telefon, Telefax, E-Mail und SMS

Werbung durch Kommunikationsmittel des Telemarketings ist – von wenigen Ausnahmen abgesehen – **unzulässig**. Einzelheiten zu diesem Themenkomplex finden Sie in unserem Merkblatt "Wettbewerbsrecht: Telemarketing – Werbung per Telefon, Telefax, E-Mail und SMS".

4 Werbung durch Verteilen von Werbebriefen oder Werbewurfzetteln

Wird Werbung, sei es in Form von Werbebriefen oder als Werbewurfzettel ("Flyer"), nicht durch die Post zugestellt, sondern durch das werbende Unternehmen selbst oder einen beauftragten Verteildienst, müssen Hinweise am Briefkasten wie **"Bitte keine Werbung"** unbedingt beachtet werden. Der Einwurf von Werbung unter Missachtung eines solchen oder ähnlich formulierten Hinweises ist - als **belästigende Werbung** - wettbewerbswidrig und unzulässig.

Ebenfalls unzulässig ist das häufig zu beobachtende Anbringen von Werbewurfzetteln hinter **Kfz-Scheibenwischern**, denn diese sind keine Werbeträger. Zudem besteht die Gefahr, das Kfz zu beschädigen und dadurch zivilrechtlich schadenersatzpflichtig zu werden. Dies wie auch die Befestigung von Visitenkarten mit Werbeaufdruck zu gewerblichen Zwecken an parkenden Autos ist zudem als erlaubnispflichtige Sondernutzung der Straße zu betrachten. Hierfür ist grundsätzlich eine kostenpflichtige Erlaubnis von der jeweiligen Straßenbaubehörde erforderlich.

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. Begründung: Wird Werbung verteilt, wird der öffentliche Straßenraum nicht zu Verkehrs-, sondern zu Werbezwecken genutzt.

Die Verteilung von Werbung auf **fremden Grundstücken** – beispielsweise in Einkaufszentren oder auf Parkplätzen von Unternehmen – ist nur mit Zustimmung des Hausrechtsinhabers (z.B. des Eigentümers) zulässig. Wird diese Zustimmung nicht eingeholt, muss damit gerechnet werden, dass der Berechtigte von seinem Hausrecht Gebrauch macht und darüber hinaus Reinigungskosten für die Beseitigung von weggeworfenen Werbewurfzetteln in Rechnung stellt. Regelmäßig unlauter – und zwar unter dem Gesichtspunkt gezielter Behinderung – ist die Verteilung von Werbematerialien vor dem Geschäftsbetrieb eines Mitbewerbers. Stets unzulässig ist auch die Verteilung von Werbung an einem Unfallort. Insbesondere kann sich der Werbende nicht darauf berufen, dass das Unfallopfer seiner Hilfe bedarf.

5 Werbung an Informationsständen und durch Ansprechen von Passanten

Werbung mittels des Einsatzes von **Informationsständen** im öffentlichen Straßenraum ist grundsätzlich zulässig, wenn die dafür erforderliche Sondernutzungserlaubnis vorliegt. Eine solche Erlaubnis wird von der zuständigen Stadt oder Gemeinde nur zeitlich und räumlich begrenzt erteilt. Dabei sind abhängig vom jeweiligen Ort Einschränkungen der Erlaubnis aus Gründen der Verkehrssicherheit oder wegen möglicher drohender Beeinträchtigungen denkbar.

Wie die Verteilung von Werbung, so ist auch das **Ansprechen von Passanten** grundsätzlich zulässig, solange es nicht aufdringlich geschieht. Es muss dabei für den Angesprochenen direkt erkennbar sein, dass es sich bei der Ansprache um Werbung handelt. Ebenso darf der Werbende einen erkennbar entgegenstehenden Willen des Angesprochenen nicht missachten, indem er diesen am Weitergehen bzw. Ausweichen hindert oder ihm folgt.

6 Werbeplakate und Werbeaufkleber

Das Anbringen von Werbeplakaten und Werbeaufklebern – fest mit dem Untergrund verklebt oder lediglich mit Klebestreifen befestigt – ist nur zulässig, wenn es mit Einwilligung des Eigentümers der jeweiligen Fläche geschieht. Ohne Einwilligung erfolgreiches („wildes“) Plakatieren ist ein Wettbewerbsverstoß und löst zudem einen Anspruch auf Erstattung der Reinigungs- bzw. eventuell notwendiger Reparaturkosten als Schadenersatz aus. Das Überkleben fremder Plakate ist immer wettbewerbswidrig, auch dann, wenn mit den überklebten Plakaten zuvor eigene Plakate überklebt wurden. Auch das Anbringen von Aufklebern an Haustüren oder Briefkästen ist als belästigende Werbung immer unzulässig, denn niemand muss es gegen seinen Willen dulden, dass sein Eigentum als Werbeträger genutzt wird. Auch in solchen Fällen kommen eine wettbewerbsrechtliche Abmahnung sowie Schadenersatzansprüche (Reinigung bzw. Reparatur) in Betracht.

7 Werbefahrzeuge und Werbeanhänger

Das Aufstellen von Fahrzeugen und Anhängern zu Werbezwecken ist grundsätzlich unzulässig, denn das Abstellen zu Werbezwecken gilt nicht als Parken im Sinne der Straßenverkehrsordnung. Im öffentlichen Straßenraum wäre ein solches Aufstellen zulässig mit einer Sondernutzungserlaubnis der Straßenbaubehörde. Diese wird jedoch durchweg nicht erteilt, da durch diese Art der Werbung das Stadt- bzw. Landschaftsbild übermäßig beeinträchtigt wird. Untersagt ist insbesondere das Abstellen von Werbefahrzeugen bzw. die Errichtung anderer Werbeanlagen auf Brücken über Autobahnen und/oder Bundes-, Landes- und Kreisstraßen. Werden Werbeanhänger oder andere Fahrzeuge zu Werbezwecken ohne die erforderliche 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.

8 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 gelten auch "bewegliche" Werbeträger - wie etwa Anhänger oder Plakatständer - als "feste" Werbeanlagen. Nicht nötig ist es, dass eine solche

Anlage für längere Zeit nicht bewegt wird. Eine Baugenehmigung ist ausnahmsweise nicht erforderlich, wenn die Werbeanlage bis zu 1 m² ist oder sich unmittelbar am Unternehmen befindet und nicht fest mit dem Erdboden verbunden ist. Beispiele: Plakatständer, 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.

Dieses Merkblatt soll – als Service der IHK zu Dortmund für ihre Mitgliedsunternehmen und solche Personen, die im Bezirk der IHK zu Dortmund die Gründung eines Unternehmens planen – nur erste Hinweise geben. Es erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, wird eine Haftung nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit übernommen.
