

WETTBEWERBSRECHT - W 15

Stand: November 2023

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 und wo die Werbung platziert wird, kann wettbewerbswidrig sein. Was dabei zu beachten ist, stellen wir Ihnen im Folgenden vor:

Werbung per Post

Die Werbung **per Brief** oder **per Flyer**, die direkt an den Empfänger adressiert ist, oder durch **Postwurfsendung** ist grundsätzlich zulässig. Briefwerbung muss allerdings auf den ersten Blick **als Werbung erkennbar** sein und darf nicht durch ihre äußere Erscheinung vortäuschen, ein persönlicher Brief zu sein. Ein entgegenstehender Wille ist dabei zu beachten. Der entgegenstehende Wille kann z.B. durch einen Aufkleber „Bitte keine Werbung“ oder „Reklame nicht erwünscht“ auf dem Briefkasten zum Ausdruck gebracht werden. Verbraucher können sich zudem auf der sog. **Robinson-Liste** eintragen lassen, wenn Sie keine Werbung wünschen (nähere Informationen: www.robinsonliste.de).

Wird trotz eines solchen Sperrvermerks weiterhin Werbung in den Briefkasten eines Hauses eingeworfen, ist die Verteilung als **belästigende Werbung** unzulässig und der Eigentümer oder Besitzer der Wohnung kann einen Unterlassungsanspruch geltend machen.

→ **W08** „[Telefon-, Telefax-, E-Mail- und Brief-Werbung](#)“, [Kennzahl 65](#)

Werbung durch Verteilung von Werbebriefen oder Wurfzetteln

Ob die Befestigung von Werbematerial an den **Scheibenwischern eines Pkw** eine Belästigung darstellt, da der Pkw-Fahrer die Werbung entsorgen muss, ist umstritten. Hat ein PKW-Fahrer seinen Willen zum Ausdruck gebracht, dass er eine Scheibenwischerwerbung nicht will, etwa durch einen entsprechenden Hinweis an seiner Windschutzscheibe, ist das Befestigen von Werbematerialien an der Windschutzscheibe auf jeden Fall unzulässig.

Gleiches gilt für die Befestigung von **Visitenkarten mit Werbeaufdruck** zu gewerblichen Zwecken an parkenden Autos. Darüber hinaus stellt dies eine erlaubnispflichtige **Sondernutzung** dar. Der Händler muss eine kostenpflichtige Erlaubnis bei der jeweiligen Straßenbaubehörde beantragen.

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!

Auch die Verteilung von Werbematerialien vor dem Geschäftsbetrieb eines Mitbewerbers kann unter dem Gesichtspunkt der gezielten Behinderung unlauter sein.

Informationsstände und Ansprechen von Passanten

Werbung durch Informationsstände im öffentlichen Straßenraum ist **grundsätzlich zulässig**. Hierfür ist allerdings eine **Sondernutzungserlaubnis** durch die zuständige Baubehörde 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 zulässig**, solange es nicht aufdringlich geschieht. Der Werbende darf den Passanten insbesondere nicht am Weitergehen hindern oder ihm folgen, wenn er deutlich gemacht hat, dass er eine werbliche Ansprache nicht wünscht. Die Direktansprache ist auch unzulässig, wenn es nach den gegebenen Verhältnissen (z.B. in einer engen Straße) gar nicht möglich ist, dem Werbenden auszuweichen. Für den Angesprochenen muss 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 Einwilligung ("wildes Plakatieren") ist ein Wettbewerbsverstoß. Dabei ist es unerheblich, ob die Plakate oder Werbezettel fest mit dem Untergrund verklebt oder lediglich mit Klebestreifen befestigt werden. 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. Gleiches 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.

Werbefahrzeuge und Anhänger

Für das Aufstellen von **Fahrzeugen** und **Anhängern** zu Werbezwecken im öffentlichen Straßenraum ist eine **Sondernutzungserlaubnis** der Straßenbaubehörde erforderlich. Das Abstellen von Werbefahrzeugen (ebenso wie die Errichtung anderer Werbeanlagen) auf **Brücken** über Autobahnen und Bundes-, Landes- und Kreisstraßen ist **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 unten.

Feste Werbeanlagen

Die Errichtung von festen Werbeanlagen ist nur mit einer **Baugenehmigung** zulässig. "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 1 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.