

zen; eine scharfe Abgrenzung wäre auch wenig ergebnisbringend, weil sich daran keine unterschiedlichen Rechtsfolgen knüpfen lassen. Gleichwohl kann Folgendes gesagt werden:

79 **Ankündigung** ist die Bekanntmachung eines zukünftigen Ereignisses (Ausstellungen, Vorführungen, Versammlungen, Sportwettbewerbe, Sammlungen u. Ä. m.). **Anpreisung** ist die Reklame (Propaganda) für einen wirtschaftlichen, politischen, religiösen oder ideellen Zweck. Sie stellt den Versuch dar, mittels geeigneter Publikationsmittel und Werbemethoden die Meinung anderer zu beeinflussen (Reklame für Waren, Erzeugnisse, Dienstleistungen; Propaganda für politische Parteien; Gottesdienstanzeigen; Begrüßungs- und Verabschiedungsschilder an Ortseingängen von Gemeinden). **Hinweis auf Gewerbe oder auf Beruf** sind Schilder an der Stätte der Gewerbe- oder der Berufsausübung oder auch Schilder, die den Weg zu einer solchen Stätte weisen (Firmenschilder; Schilder für Ärzte, Rechtsanwälte, Steuerberater, Architekten, Ingenieure; Wegweiser zu Gaststätten, Werkstätten, Niederlassungen, Praxen, Büros u. Ä. m.).

III. Arten (IX 2)

80 § 2 IX 2 führt beispielhaft (insbesondere) einzelne Arten von Werbeanlagen auf (zum Begriff der Großplakatanschlagtafel vgl. VGH BW, Urt. v. 14.12.1995 – 5 S 2393/94 – 1000; nachgehend BVerwG, Beschl. v. 10.5.1995 – 11 B 29.96 – 0330). Die dort bezeichneten Bilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen (auch mittels Himmelsstrahler und Mega-Light-Boards) und Schaukästen sowie Säulen, Tafeln und Flächen, die für Zettel- und Bogenanschläge oder für Lichtwerbung bestimmt sind, müssen stets den Anforderungen genügen, die § 2 IX 1 an Werbeanlagen allgemein stellt.

Beispiele: Unter den Voraussetzungen des § 2 IX 1, IX 3 können Werbeanlagen sein: Firmenschilder, Firmennamen, Namensschilder, Markenartikelschilder in der Form von Flach-, Nasen- oder freistehenden Schildern (auch Baustellenschilder mit vorhabenfremden Werbewirkungen; OVG NW, Beschl. v. 28.9.1988 – 11 B 849/88 – 1668), Leuchtschriften, beleuchtete Körper, Leuchtkästen, Leuchtlampenketten, Leuchtschilder, Leuchtfahnen, Himmelsstrahler (OVG NW, Beschl. v. 22.6.1994 – 11 B 1466/94 – 1639; BayVGH, Beschl. v. 18.12.1995 – 14 CS 95.3588 – 1303), Automaten, Litfaß-Säulen, Plakattafeln (sog. Super-Poster), Fassadenbemalungen (OVG NW, Urt. v. 18.5.1998 – 11 A 5482/97 – 1599; weißblaue Raute als Hinweis auf bayerisches Bier), Reklameflächen, Nasen- und Flachtransparenente, Preistransparenente, Werbegestelle, Werbetürme, Werbefahnen, Metallsegel (OVG Berlin, Urt. v. 24.7.2006 – 10 B 785/06 – 1537), Werbeologo auf einem drehbaren Metallsegel (OVG Berlin, Urt. v. 7.5.1999 – 2 B 2.96 – 1339), Werbevitrinen (VGH BW, Urt. v. 12.12.1996 – 8 S 1725/96 – 0971; Sondernutzung); Werbemasten (OVG NW, Urt. v. 25.6.2003 – 11 A 1986/02 – 1562; Nationalflaggen), elektronisch gesteuerte Blink-, Wechsellicht-, Farbwechsel- und Schwellenschaltungen, Webmedia-Projektionsanlagen (NdsOVG, Beschl. v. 11.1.2000 – 1 L 4588/99 – 1466; NdsOVG, Urt. v. 26.9.2000 – 1 L 906/00 – 1465; OVG NW, Beschl. v. 21.11.2000 – 7 A 5203/00 – 1579), Prismenwerbeanlagen (Werbeanlagen, bei denen die bildhafte Darstellung durch das Verdrehen der einzelnen Prismenprofile erst nach und nach schwindet und sich gleichzeitig ein neues Bild aufbaut), Bauzaunreklamen, Brückenwerbungen, Markisenwerbungen, Attrappen, Besspannungen, Werbefahnen und plastische Darstellungen mit Werbewirkungen.

Nicht jedes Bild, nicht jede Beschriftung und nicht jede Bemalung erfüllt also den Begriff der Werbeanlage. So können namentlich **Graffiti-Bemalungen**, etwa aufsprühte Farbmittel an Wänden zum Zwecke des politischen Protestes, grundsätzlich nicht als Werbeanlagen angesehen werden.

IV. Fiktive Nicht-Werbeanlagen (IX 3)

1. Allgemeines

81 § 2 IX 3 erklärt einzelne Arten von Werbung (Reklame) ausdrücklich zu **Nicht-Werbeanlagen** im Sinne des Bauordnungsrechtes, selbst wenn sie den Anforderungen des § 1 IX 1 genügt. Nicht vom Bauordnungsrecht erfasst sind überdies die Innenwerbung, die fahrende und fliegende Reklame sowie die akustische Reklame. Sie alle unterfallen deshalb nicht der Bau-, sondern letztlich der allgemeinen Polizeiaufsicht (§§ 1 und 3 PolG).

2. Wahlwerbung (IX 3 Nr. 1)

82 Werbeanlagen, die im Zusammenhang mit allgemeinen (Parlamentarischen, Gemeinderats-, Bürgermeister-, Kreistags-)Wahlen oder Abstimmungen (etwa über Bürgerbegehren) angebracht oder aufgestellt werden, sind (nur) während der Dauer des Wahlkampfes – unabhängig von der Größe – keine Werbeanlagen im Sinne der LBO und deshalb in diesem Zeitraum bauordnungsrechtlich unbeachtlich. Sie sind außerhalb des Wahlkampfes nach wie vor Werbeanlagen im Sinne der LBO. Als **Beginn des Wahlkampfes** können im Allgemeinen etwa drei Monate vor der Wahl angenommen werden (OVG Berlin, Beschl. v. 7.1.2002 – 2 SN 30.01 – 1336; bis zu zwei Monate; OVG Berlin, Beschl. v. 11.6.2002 – 2 S 20.02 – 1333; heiße Phase des Wahlkampfes).

3. (Zettel- und Bogen-)Anschläge (IX 3 Nr. 2)

83 Werbung in der Form von bloßen (Zettel- oder Bogen-)Anschlägen sind keine Werbeanlagen. Dazu gehören alle **flächigen Werbemittel** textlichen oder bildnerischen Inhaltes, die nach ihrer Beschaffenheit zur Befestigung an anderen Gegenständen (z. B. Tafeln, Flächen, Säulen) geeignet und dafür auch bestimmt sind. Sie können auch auf eine gewisse Dauer angelegt sein (VGH BW, Urt. v. 20.6.1994 – 3 S 1931/93 – 1027). Damit ist namentlich das sog. **wilde Plakatieren** aus dem sachlichen Anwendungsreich der LBO herausgenommen und der Bauaufsicht entzogen; es unterfällt letztlich der Aufsicht der allgemeinen Polizeibehörden.

4. Vorhabenbezogene Baustellenwerbung (IX 3 Nr. 3)

84 Werbeanlagen an Baustellen, soweit sie sich auf das Vorhaben beziehen, sind keine Werbeanlagen im Sinne der LBO (vorhabenbezogene Baustellenwerbung). Erforderlich hierfür ist, dass die Baustellenwerbung sich im unmittelbaren räumlichen Bereich der Baustelle befindet („an der Baustelle“) und sie sich auf das zu errichtende oder zu ändernde Vorhaben bezieht, für das die Baustelle eingerichtet worden ist. Der Gesetzgeber trägt mit dieser Regelung dem Umstand Rechnung, dass bei Werbeanlagen an Baustellen, die sich auf das Bauvorhaben beziehen und damit nur vorübergehend angebracht werden, kein Bedürfnis für bauordnungsrechtliche Anforderungen gegeben ist (LT-Drucks. 11/5337, S. 7). Vorhabenbezogene Werbeanlagen werden nach Beendigung der Baustelle wieder zu Werbeanlagen im Sinne der LBO.

5. Lichtwerbung an Säulen, Tafeln, Flächen (IX 3 Nr. 4)

85 Lichtwerbungen (Leuchtreklame) an allgemein dafür baurechtlich genehmigten Säulen (Litfaß-Säulen), Tafeln (Plakat- und Reklametafeln; Super-Poster) und Flächen (Werbeflächen; Schaukästen) sind keine Werbeanlagen im Sinne der LBO.