



Richtlinien für das Aufstellen von zeitlich begrenzten Werbungen und Ankündigungen

**Amt der Kärntner Landesregierung
Abteilung 7, Wirtschaftsrecht und Infrastruktur - Verkehrsplanung
Mießtalerstraße 1, 9020 Klagenfurt am Wörther See**

Teil 1 - Allgemeine Voraussetzungen

Teil 2 – Verkehrstechnische Voraussetzungen

Teil 3 - Rechtliche Voraussetzungen

Teil 4 – Sicherungspflicht des Straßenerhalters

Teil 5 – Allgemeine Voraussetzungen –
Begründungen, Erläuterungen

Teil 6 – Verkehrstechnische Voraussetzungen –
Begründungen, Erläuterungen

Teil 1 – Allgemeine Voraussetzungen und Auflagen

1. Die Anlagen dürfen nicht verkehrsbehindernd oder sichtbehindernd aufgestellt werden.
2. Verkehrszeichen dürfen nicht verdeckt werden.
3. Die Anlagen sind so fest am Boden zu verankern, dass sie auch durch starke Windstöße nicht losgerissen werden können.
4. Die Standorte für Werbe- und Ankündigungsplakate sind mit dem örtlich zuständigen Straßenerhalter festzulegen.
5. Werbungen und Ankündigungen dürfen maximal 1 Monat vor Beginn bis 2 Tage nach Ende einer Veranstaltung aufgestellt werden.
6. Die Einwilligung des Grundeigentümers ist einzuholen.
7. Werbegesellschaften, wahlwerbende Parteien und sonstige Antragsteller haften für alle Schäden, die durch die Plakate an Straßenanlagen oder Dritten verursacht werden. Sie haben aus diesem Titel die jeweilige Straßenverwaltung gegenüber diesbezüglicher Forderungen Dritter schad- und klaglos zu halten.
8. An Einrichtungen zur Regelung und Sicherung des Verkehrs lt StVO § 31 dürfen keine Werbungen bzw. Ankündigungen angebracht werden.
9. Die Sicherheit, Leichtigkeit und Flüssigkeit des Verkehrs darf beim Aufstellen bzw. Entfernen der Werbungen bzw. Ankündigungen nicht beeinträchtigt werden.
10. Der Antragsteller ist verpflichtet während der Aufstellungszeit in zyklischen Abständen (die Zeitabstände werden von der zuständigen Behörde vorgegeben) Kontrollen betreffend der ordnungsgemäßen Aufstellung der Werbeanlagen durchzuführen.
11. Werbungen und Ankündigungen, deren Aufstellung nicht den oben angeführten Auflagenpunkten entsprechen, werden durch den zuständigen Straßenerhalter auf Kosten und Gefahr des Antragstellers entfernt.

Teil 2 – Verkehrstechnische Voraussetzungen und Auflagen

Autobahnen und Schnellstraßen

1. Werbeanlagen dürfen nur im Bereich der Autobahnauffahrten bzw. Autobahnabfahrten, also nur auf den Rampen und nicht an der Hauptfahrbahn aufgestellt werden.
2. Werbungen und Ankündigungen dürfen von der Hauptfahrbahn nicht einsehbar sein.
3. Innerhalb von 100 m pro Fahrtrichtung darf nur eine Werbung bzw. Ankündigung von dem jeweiligen Nutznießer aufgestellt werden.
4. Ab 150 m vor der Einmündung der Autobahnauf- bzw. Autobahnabfahrten in das nachgeordnete Straßennetz dürfen keine Werbungen bzw. Ankündigungen aufgestellt werden.
5. Verkehrszeichen dürfen nicht verdeckt werden. Die Entfernung zum nächstgelegenen Verkehrszeichen muss mindestens 100 m betragen.
6. Der Abstand der Anlage zum nächstgelegenen Fahrbahnrand muss mindestens die tatsächliche Höhe der Anlage betragen.
7. Auf der Klagenfurter Schnellstraße S 37 gilt ein absolutes Aufstellungsverbot.
8. Keine Werbeanlagen im Bereich von Baustellen.
9. Keine Werbeanlagen im Bereich von ausgewiesenen Unfallhäufigkeitsstellen

Öffentliche Straßen im Freiland

1. Im Kurvenbereich dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
2. Auf der B 317 Friesacher Straße gilt für den 4-spurigen Bereich ein absolutes Aufstellungsverbot.
3. Im Bereich von Busbuchten dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
4. Im unmittelbaren Kreuzungsbereich sowie 150 m vor und nach einer Kreuzung dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
5. 100 m vor und nach Schutzwegen dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
6. Der Abstand der Anlage zum nächstgelegenen Fahrbahnrand muss mindestens die tatsächliche Höhe der Anlage betragen.
7. Innerhalb von 100 m darf nur ein Plakat von den jeweiligen Nutznießern aufgestellt werden.
8. Verkehrszeichen dürfen nicht verdeckt werden. Die Entfernung zum nächstgelegenen Verkehrszeichen muss mindestens 100 m betragen.
9. Der Abstand der Anlage zum nächstgelegenen Fahrbahnrand muss mindestens die tatsächliche Höhe der Anlage betragen.
10. Keine Werbeanlagen im Bereich von Baustellen.
11. Keine Werbeanlagen im Bereich von ausgewiesenen Unfallhäufigkeitsstellen

Öffentliche Straßen im Ortsgebiet

1. Im Bereich von Busbuchten dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
2. Im unmittelbaren Kreuzungsbereich sowie 30 m vor und nach einer Kreuzung dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
3. 50 m vor und nach Schutzwegen und Querungshilfen dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
4. In einem Kreisverkehr sowie 30 m davor und danach dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
5. Innerhalb von 20 m pro Fahrtrichtung darf nur ein Plakat von den jeweiligen Nutznießern aufgestellt werden.
6. Der Abstand der Anlage zum nächstgelegenen Fahrbahnrand muss mindestens die tatsächliche Höhe der Anlage betragen.
7. Keine Werbeanlagen im Bereich von Baustellen.
8. Keine Werbeanlagen im Bereich von ausgewiesenen Unfallhäufigkeitsstellen

Teil 3 - Rechtliche Voraussetzungen

1. Allgemeines
2. Werbungen und Ankündigungen an Freilandstraßen
3. Entfernungsauftrag gemäß § 100 Abs. 4 StVO 1960
4. Kärntner Ortsbildpflegegesetz
5. Kärntner Naturschutzgesetz 2002
6. Kärntner Straßengesetz
7. Wahlwerbung im Straßenverkehr

Allgemeines

Grundsätzlich ist zu unterscheiden, ob die Werbung auf oder neben der Straße erfolgt. Unter Straße versteht die StVO eine für den Fußgänger- oder Fußgängerverkehr bestimmte Landfläche samt den in ihrem Zuge befindlichen und diesem Verkehr dienenden baulichen Anlagen (§ 2 Abs. 1 Ziffer 1 StVO 1960). Zur Straße gehören demnach vor allem die Fahrbahn, sowohl Haupt- als auch Nebenfahrbahn, Gehwege und Gehsteige sowie das Straßenbankett. Die Existenz einer Grünfläche zwischen Gehsteig und Fahrbahn schließt die Qualifikation der gesamten Landfläche als Straße nicht aus.

Das Aufstellen von Werbeplakaten auf der Straße ist gemäß § 82 StVO zu bewilligen.

Gemäß § 82 Abs. 1 StVO 1960 ist für die Benützung von Straßen einschließlich des darüber befindlichen für die Sicherheit des Straßenverkehrs in Betracht kommenden Luftraumes zu anderen Zwecken als zu solchen des Straßenverkehrs, zB. zu gewerblichen Tätigkeiten und zur Werbung, eine Bewilligung nach diesem Bundesgesetz erforderlich. Das gleiche gilt für Tätigkeiten, die geeignet sind, Menschenansammlungen auf der Straße herbeizuführen oder die Aufmerksamkeit der Lenker von Fahrzeugen zu beeinträchtigen.

Die Bewilligung ist gemäß § 82 Abs. 5 StVO 1960 zu erteilen, wenn durch diese Straßenbenützung die Sicherheit, Leichtigkeit und Flüssigkeit des Verkehrs nicht wesentlich beeinträchtigt wird oder eine über das gewöhnliche Maß hinausgehende Lärmentwicklung nicht zu erwarten ist. Wenn es die Sicherheit, Leichtigkeit oder Flüssigkeit des Verkehrs erfordert, ist die Bewilligung bedingt, befristet oder mit Auflagen zu erteilen; die Bewilligung ist zu widerrufen, wenn die Voraussetzungen für die Erteilung weggefallen sind.

Eine die Bewilligung ausschließende Beeinträchtigung der Sicherheit, Leichtigkeit und Flüssigkeit des Verkehrs liegt gemäß § 83 Abs. 1 StVO insbesondere vor, wenn

- a. die Straße beschädigt ist,
- b. die Straßenbeleuchtung und die Straßen- oder Hausbezeichnungstafeln verdeckt sind,
- c. sich die Gegenstände im Luftraum oberhalb der Straße nicht mindestens 2,20 m über dem Gehsteig und 4,50 m über der Fahrbahn befinden,
- d. die Gegenstände seitlich der Fahrbahn den Fußgängerverkehr auf Gehsteigen oder Straßenbanketten behindern und nicht mindestens 60 cm von der Fahrbahn entfernt sind.

Bei Vorliegen der Voraussetzungen ist dem Antragsteller von der Behörde eine Bewilligung zu erteilen. Es liegt also nicht im Ermessen der Behörde zu beurteilen, ob eine Werbung angebracht werden darf oder nicht.

Eine verkehrsfremde Benutzung einer Straße im Sinne des § 82 StVO ist zB. auch die Anbringung von Reklamezetteln hinter den Scheibenwischern parkender Autos oder das Aufstellen von Tischen, Stühlen und dergleichen auf dem Gehsteig vor einem Hotel oder das Verteilen von Zeitschriften durch Zeitungskolporteurs.

Eine Ausnahmegewilligung nach § 82 Abs. 5 StVO 1960 ist nur für einen „bestimmten Ort“ zu erteilen. Es liegen daher mehrere gebührenpflichtige Ansuchen vor, wenn in einem Schriftsatz für verschiedene Standorte Anträge gestellt werden. Ist doch jede Bewilligung für sich schon begrifflich nur im Zusammenhang mit einem bestimmten Standort denkbar und hat keinen Einfluss auf alle anderen, für andere Standorte aufgestellten Bewilligungen (siehe etwa VwGH vom 10.9.2004, Zl. 2004/02/0246).

Neben der Bewilligung nach der StVO wird darüber hinaus auch noch die Zustimmung der Straßenverwaltung benötigt. Die Bewilligung nach den Vorschriften des Bundesstraßengesetzes ist nicht Gegenstand des straßenpolizeilichen Bewilligungsverfahrens, weshalb auch mit der straßenpolizeilichen Bewilligung nicht so lange zugewartet werden kann, bis diese Zustimmung erteilt wird.

Werbungen und Ankündigungen an Freilandstraßen

Gemäß § 84 Abs. 2 StVO 1960 sind – von bestimmten Ausnahmen des Abs. 1 leg.cit. abgesehen – außerhalb von Ortsgebieten Werbungen und Ankündigungen an Straßen innerhalb einer Entfernung von 100 m vom Fahrbahnrand verboten.

Gemäß § 84 Abs. 3 StVO 1960 hat die Behörde Ausnahmen von diesem Verbot zu bewilligen, wenn das Vorhaben einem vordringlichen Bedürfnis der Straßenbenutzer dient oder für diese immerhin von erheblichem Interesse ist und vom Vorhaben eine Beeinträchtigung des Straßenverkehrs nicht zu erwarten ist.

Das Ortsgebiet im Sinne der StVO ist das Straßennetz innerhalb der Hinweiszeichen „Ortstafel“ (§ 53 Ziffer 17a StVO) und „Ortsende“ (§ 53 Ziffer 17b StVO).

Der Antragsteller hat bei Vorliegen der Voraussetzungen einen Rechtsanspruch auf die Erteilung der Bewilligung, diese müssen kumulativ vorliegen und sind restriktiv zu interpretieren.

Der Begriff der Werbung umfasst im allgemeinen Sprachgebrauch nicht bloß wirtschaftliche Werbung in dem Sinne, dass damit Güter, Dienstleistungen etc. angepriesen werden sollen, um einen wirtschaftlichen Erfolg zu erzielen, sondern vielmehr auch Maßnahmen, die nicht darauf abzielen, einen wirtschaftlichen Erfolg zu erzielen, sondern Menschen in einem anderen Sinn zu beeinflussen (siehe Erkenntnis des VwGH vom 31.1.2000, Zl. 99/10/0243 und Zl. 99/10/0244).

Nach der Judikatur des Verwaltungsgerichtshofes ist eine Ausnahmegewilligung gemäß § 84 Abs. 3 StVO nicht zu erteilen, wenn die Werbung oder Ankündigung lediglich die speziellen Bedürfnisse einzelner Straßenbenutzer anzusprechen geeignet ist. Es ist aber nicht erforderlich, dass eine Werbung oder Ankündigung im Interesse sämtlicher Straßenbenutzer liegt, könnten doch bei einer derart einschränkenden Auslegung des § 84 Abs. 3 leg.cit. Ausnahmegewilligungen überhaupt nicht erteilt werden (siehe etwa Erkenntnis des VwGH vom 22.04.1998, Zahl: 97/03/0168).

Zum Begriff der „Ankündigung“ gehört nach ständiger Judikatur des Verwaltungsgerichtshofes der Hinweis auf einen anderen Ort oder der Verweis auf die Zukunft. Was nun eine Ankündigung betrifft, so ist die Voraussetzung für die Erteilung einer Bewilligung nach § 84 Abs. 3 StVO 1960, dass nicht bloß ein Interesse allgemeiner Natur an der Art der in den Ankündigungen enthaltenen Informationen, sondern ein solches für die konkrete Ankündigung besteht.

Die Größe der gemäß § 84 Abs. 3 StVO 1960 ausnahmsweise bewilligbaren Werbungen und Ankündigungen ist begrenzt. Größere Werbungen und Ankündigungen als das im § 6 STVZVO 1998 festgesetzte Ausmaß widersprechen dem § 84 Abs. 2 und 4 StVO, weil derart große Werbungen und Ankündigungen die Aufmerksamkeit von Fahrzeuglenkern in übermäßiger Weise beanspruchen und diese daher von der Einhaltung ihrer Pflichten im Straßenverkehr ablenken würden (siehe etwa das Erkenntnis des VwGH vom 20.12.2002, Zl. 2002/02/0134).

Keine Außenwerbung, sondern eine zulässige Innenwerbung liegt vor, wenn eine Reklametafel auf dem Gebiet einer behördlich genehmigten Betriebsstätte aufgestellt wurde.

Der Hinweis auf ein Betriebsgelände ist dann bewilligungsfrei, wenn dieser in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Zugang oder Zufahrt, also dort, wo der Kunde normalerweise die Betriebsstätte zum Kauf von Waren betrifft, angebracht ist.

Entfernungsauftrag gemäß § 100 Abs. 4 StVO 1960

Gemäß § 100 Abs. 4 StVO 1960 steht die Bestrafung einer Übertretung nach § 99 StVO der Erlassung und Vollstreckung eines Bescheides, womit der Auftrag erteilt wird, einen den Vorschriften dieses Bundesgesetzes zuwiderlaufenden Tatbestand zu beseitigen, nicht entgegen.

Aus der oben zitierten Gesetzesstelle ergibt sich unmissverständlich, dass die Behörde auch dort, wo es die StVO nicht ausdrücklich bestimmt, zur Erlassung von Beseitigungsaufträgen befugt ist. Der Beseitigungsauftrag nach § 100 Abs. 4 StVO setzt auch nicht die Durchführung eines Strafverfahrens voraus.

Im Falle des Nicht-Vorliegens einer Ausnahmegenehmigung kann daher immer ein Entfernungsauftrag ergehen.

Zu beachten ist in einem solchen Verfahren, dass § 100 Abs. 4 immer iVm dem entsprechenden Tatbestand zu setzen ist, zB. § 100 Abs. 4 iVm § 82 Abs. 2 StVO 1960 (siehe hierzu etwa das Erkenntnis des VwGH vom 30.10.2006, Zahl: 2006/02/0150).

Kärntner Ortsbildpflegegesetz

Gemäß § 6 Abs. 1 des Kärntner Ortsbildpflegegesetzes bedürfen die Errichtung, Aufstellung oder Änderung von Werbeanlagen, Anlagen zur Anbringung von Werbematerial sowie die sonstige Anbringung von Werbung einer Bewilligung.

Gemäß § 4 Abs. 1 Kärntner Ortsbildpflegegesetz sind Verunstaltungen des Ortsbereiches verboten. Von diesem Verbot ausgenommen sind u.a. Werbungen und Dankadressen für Wahlen des Bundespräsidenten, für Wahlen zu den allgemeinen Vertretungskörpern und satzungsgebenden Organen (Vertretungskörpern) der gesetzlichen beruflichen Vertretungen oder für Volksabstimmungen jeweils im Zeitraum von sechs Wochen vor bis drei Wochen nach dem Wahltag oder dem Tag der Volksabstimmung. Weiters ausgenommen sind Werbungen auf nicht ortsfesten Plakatständern und Fahnen mit Werbeaufschriften (§ 5 Abs. 3), Werbungen auf Transparenten (§ 5 Abs. 1 lit.d) und auf Dachflächen (§ 5 Abs. 1 lit. k) sowie Werbungen und Anlagen, die ausschließlich für die Anbringung von Werbungen bestimmt sind und für die nach § 5 Abs. 1 erster Satz des Kärntner Ortsbildpflegegesetzes eine Bewilligung erteilt wurde.

Das Kärntner Ortsbildpflegegesetz enthält keine ausdrückliche Definition der Begriffe Werbung und Werbeanlagen. Den Erläuterungen zur Novelle zum Kärntner Ortsbildpflegegesetz 1979 ist zu entnehmen, dass hinsichtlich der Werbeanlagen aufbauend auf der Verwaltungsgerichtshofjudikatur versucht wurde, alle denkbaren Fälle von Werbung, Anpreisung und Reklame zu erfassen. Es werden damit alle Werbeeinrich-

tungen, nämlich Werbeanlagen und Ankündigungsanlagen erfasst, aber auch sonstige Anpreisungen und Reklamemaßnahmen. Im Sinne der Bestimmung des § 6 Abs. 1 des Kärntner Ortsbildpflegegesetzes ist die Ankündigung als Oberbegriff für optisch oder akustisch wahrnehmbare Maßnahmen, die unmittelbar oder mittelbar der Werbung, der Bezeichnung der Bekanntmachung, dem Hinweis oder auf andere Weise der Erregung von Aufmerksamkeit dienen, zu verstehen; dazu gehören auch andere Blickfänge, wie etwa Wimpelketten, Windräder, Lichteffekte usw.

Die Bewilligungspflicht soll demnach für solche Ankündigungseinrichtungen bestehen, die der Werbung (Anpreisung, Reklame) zuzuordnen sind. Bei der Werbung handelt es sich also um Ankündigungen mit dem Ziel, das Interesse von Personen auf Waren, Veranstaltungen, Ideen, Leistungen oder Einrichtungen des privaten oder öffentlichen Lebens zu lenken. Nicht miterfasst sind Bekanntmachung, Bezeichnungen oder lediglich Hinweise (Ankündigungen, die lediglich der Orientierung dienen).

Von der Bewilligungspflicht sind daher insbesondere Anlagen, die für die Anbringung von Werbungen bestimmt sind (Plakatwände, Säulen und andere) erfasst. Die Bewilligungspflicht erstreckt sich aber auch auf das Anbringen von Werbematerial, wie etwa das Anbringen von Werbetafeln, Plakaten, wo auch immer und auf welche Art auch immer, soweit § 6 Abs. 1 zweiter Satz des Kärntner Ortsbildpflegegesetzes nicht eine Ausnahme enthält. Soweit Leuchtschriften Werbungen beinhalten, sind auch sie der Bewilligungspflicht unterworfen.

Nach der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes ist auch ein „Firmenlogo“, das nach dem äußeren Erscheinungsbild und dem wirtschaftlichen Zweck auf die Erzeugnisse einer bestimmten Firma hinweist, ähnlich wie eine „Anpreisung allgemeiner Natur“ als Werbung und nicht als Angabe rein beschreibender Natur zu qualifizieren. Mit dem „Firmenlogo“ soll nämlich eine Anpreisung der Produkte eines Unternehmens vorgenommen und potenziellen Kunden in Erinnerung gebracht werden.

In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die Bestimmungen des Kärntner Ortsbildpflegegesetzes gemäß § 3 Abs. 1 nur für jene Bereiche einer Gemeinde gelten, die nicht zur freien Landschaft gehören (Ortsbereich). Zum Ortsbereich im Sinne des Abs. 1 gehört der Bereich der geschlossenen Siedlungen und der zum Siedlungsbereich gehörigen besonders gestalteten Flächen wie Vorgärten, Haus- und Obstgärten.

Die Errichtung, Aufstellung oder Anbringung von Werbeanlagen, Anlagen zur Anbringung von Werbematerial sowie die sonstige Anbringung von Werbung in der freien Landschaft, das ist der Bereich außerhalb von geschlossenen Siedlungen und der zum Siedlungsbereich gehörigen besonders gestalteten Flächen, wie Vorgärten, Haus- und Obstgärten, unterliegen jedoch gemäß § 5 Abs. 1 lit. k des Kärntner Naturschutzgesetzes 2002 - ausgenommen in den Fällen des § 5 Abs. 2 leg.cit – der naturschutzrechtlichen Bewilligungspflicht.

Kärntner Naturschutzgesetz 2002

Nach § 5 Abs. 1 lit. k des Kärntner Naturschutzgesetzes bedarf die Errichtung, Aufstellung oder Anbringung von Werbeanlagen, Anlagen zur Anbringung von Werbematerial sowie die sonstige Anbringung von Werbung in der freien Landschaft der Bewilligung. Die Bewilligungskriterien ergeben sich aus § 9. Im Zusammenhang mit der Errichtung von Werbetafeln wird in erster Linie die Frage einer nachhaltigen Beeinflussung des Landschaftsbildes zu prüfen sein. Als Werbung wird nach der ständigen Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes die Ankündigung mit dem Ziel, das Interesse von Personen auf Waren, Veranstaltungen, Ideen, Leistungen oder Einrichtungen des privaten oder öffentlichen Lebens zu lenken, verstanden.

Im Sinne des § 5 Abs. 2 lit. c sind gewerberechtlich vorgesehene Geschäfts- und Betriebsstättenbezeichnungen und Werbungen im Bereich von Sportstätten; weiters Werbungen und Dankadressen für Wahlen des Bundespräsidenten, für Wahlen zu den allgemeinen Vertretungskörpern und dem Europäischen Parlament, für die Wahlen in die satzungsgebenden Organe (Vertretungskörper) der gesetzlichen beruflichen Vertretungen und für Volksabstimmungen entlang von Bundes-, Landes- und Gemeindestraßen bis höchstens 200 Meter außerhalb des Ortsgebietes, jeweils im Zeitraum sechs Wochen vor bis zwei Wochen nach dem Wahltag oder dem Tag der Volksabstimmung von den Bestimmungen des Abs. 1 ausgenommen.

Hält man sich den Text des § 5 Abs. 2 lit. c vor Augen, dann ist unzweifelhaft davon auszugehen, dass die seitens des Gesetzgebers getroffene Regelung taxativen Charakter aufweist, das heißt, dass der Gesetzgeber nur den in den gesetzlichen Bestimmungen genannten Maßnahmen bzw. Vorhaben Ausnahmen von der Bewilligungspflicht zugestanden hat. Der Werbung für Volksbegehren oder auch für Volksbefragungen kommt keine Ausnahme zu.

Kärntner Straßengesetz

Gemäß § 55 Abs. 1 des Kärntner Straßengesetzes 1991 darf jede Benützung der öffentlichen Straßen zu einem anderen als ihrem bestimmungsgemäßen Zweck durch Einrichtungen unter, auf oder über dem Straßengrund (Sonderbenützung) – unbeschadet der Bestimmungen Straßenverkehrsvorschriften – nur auf Grund einer Vereinbarung mit der Straßenverwaltung (§ 61) erfolgen. Straßenverwaltung ist bei den Landes-, Bezirks- und Eisenbahnzufahrtsstraßen das Land, bei den Gemeindestraßen, Ortschaft- und Verbindungswegen die Gemeinde (§ 61 Abs. 1 des Kärntner Straßengesetzes 1991).

Wird daher eine öffentliche Straße im Sinne des Kärntner Straßengesetzes 1991 durch die Aufstellung irgendwelcher Gegenstände benützt, so ist der Benützer verpflichtet, eine zivilrechtliche Vereinbarung mit der zuständigen Straßenverwaltung abzuschließen. Da es sich dabei um eine zivilrechtliche Vereinbarung handelt, ist die Straßenverwaltung auch befugt, sich gegen Straßenbenutzungen, die ohne eine Vereinbarung erfolgen, mit Maßnahmen des Zivilrechts zur Wehr zu setzen (zB. Besitzstörungsklage).

Wahlwerbung im Straßenverkehr

Was die Wahlwerbung betrifft, so sieht sowohl – wie oben ausgeführt – das Kärntner Ortsbildpflegegesetz als auch das Kärntner Naturschutzgesetz vor, dass diese zu bestimmten Zeit von der Bewilligungspflicht ausgenommen ist.

Bezüglich der Frage, ob das Aufstellen von Wahlplakaten einer straßenpolizeilichen Bewilligung unterliegt, hat das Bundesministerium für öffentliche Wirtschaft und Verkehr mit Runderlass vom 18.7.1986, Zahl: 72505/10/VII5-86, unter Hinweis auf ein Urteil des Verfassungsgerichtshofes festgestellt, dass die Werbungen politischer Parteien grundsätzlich als nicht bewilligungspflichtig erachtet werden.

Eine Bewilligungspflicht gemäß § 82 StVO kommt bei politischer Werbung allenfalls dann in Betracht, wenn durch eine bestimmte Tätigkeit (zB. Verteilen von Flugblättern auf der Fahrbahn) die Sicherheit oder Leichtigkeit des Verkehrs gravierend beeinträchtigt werden würde. Ansonsten ist zugunsten des Rechtes auf freie Meinungsäußerung die Bewilligungspflicht zu verneinen (siehe Erkenntnis des VwGH vom 23.6.1999, Zl. 1395/67, 28.4.1993, Zl. 92/0270204).

Weiters unterliegt die Wahlwerbung den Vorgaben des § 35 StVO, wonach die Verkehrssicherheit beeinträchtigende Gegenstände und somit auch Wahlplakate zu entfernen sind. Diese Bestimmung sieht vor, dass die Behörde Besitzer von verkehrssicherheitsgefährdenden Gegenständen aufzufordern hat, diese zu entfernen bzw. den Standort zu ändern.

Des Weiteren ist es gemäß § 31 Abs. 2 StVO 1960 verboten, an Einrichtungen zur Regelung und Sicherung des Verkehrs (dazu zählen u.a. sämtliche Verkehrszeichen, Schutzinseln, Straßenbeleuchtungseinrichtungen), ausgenommen das Anbringen von Tabellen für Preise von Taxi- und Ausflugsfahrten unter den in § 96 Abs. 4 genannten Straßenverkehrszeichen, irgendwelche Beschriftungen, bildliche Darstellungen (gilt auch für Wahlwerbungen) anzubringen.

Abschließend ist zu bemerken, dass immer eine Zustimmung des Grundeigentümers benötigt wird.

Teil 4 – Sicherungspflicht des Straßenerhalters

Besondere Gefahrensituationen resultieren infolge unrichtig aufgestellter Werbe- oder Ankündigungsanlagen

Besondere Gefahrensituationen sind unausweichlich, wenn nachstehende Auflagenpunkte nicht eingehalten werden. In diesem Fall ist es die Pflicht des Straßenerhalters, dass verkehrsbehindernd oder die Verkehrssicherheit einschränkende Werbeanlagen umgehend entfernt werden:

Auf Autobahnen

1. Werbungen und Ankündigungen dürfen von der Hauptfahrbahn nicht einsehbar sein.
2. Verkehrszeichen dürfen nicht verdeckt werden. Die Entfernung zum nächstgelegenen Verkehrszeichen muss mindestens 100 m betragen.
3. Auf der Klagenfurter Schnellstraße S 37 gilt ein absolutes Aufstellungsverbot.
4. Keine Werbeanlagen im Bereich von ausgewiesenen Unfallhäufigkeitsstellen

Auf öffentlichen Straßen im Freiland

1. Auf der B 317 Friesacher Straße gilt für den 4-spurigen Bereich ein absolutes Aufstellungsverbot.
2. 50 m vor und nach Schutzwegen dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
3. Im unmittelbaren Kreuzungsbereich sowie 100 m vor und nach einer Kreuzung dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
4. In einem Kreisverkehr sowie 50 m davor und danach dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
5. Verkehrszeichen dürfen nicht verdeckt werden.
6. Keine Werbeanlagen im Bereich von ausgewiesenen Unfallhäufigkeitsstellen

Auf öffentlichen Straßen im Ortsgebiet

1. 30 m vor und nach Schutzwegen dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
2. Im unmittelbaren Kreuzungsbereich sowie 30 m vor und nach einer Kreuzung dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
3. In einem Kreisverkehr sowie 30 m davor und danach dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.
4. Verkehrszeichen dürfen nicht sichtverdeckend aufgestellt werden.
5. Keine Werbeanlagen im Bereich von ausgewiesenen Unfallhäufigkeitsstellen

Teil 5 - Begründungen und Erläuterungen zu Teil 1 „Allgemeine Voraussetzungen und Auflagen“

Die Anlagen dürfen nicht verkehrsbehindernd oder sichtbehindernd aufgestellt werden

Sichtbehindernd ist, wenn die freie Sicht auf den Verlauf der Straße oder auf Einrichtungen zur Regelung oder Sicherung des Verkehrs behindert wird.

Sichtbehindernd ist, wenn aus Nebenstraßen oder Haus- und Hofausfahrten kommenden Verkehrsteilnehmern die freie Sicht auf den fließenden Verkehr genommen wird. Jedenfalls dürfen die von den jeweils zugelassenen Höchstgeschwindigkeiten abhängigen Mindest - Sichtweiten (siehe RVS 03.05.12, Tabelle 10) nicht unterschritten werden.

Sichtbehindernd ist, wenn durch die Aufstellung von Werbeanlagen die Sicht auf Fußgängerquerungen (Zebrastreifen, Querungshilfen) und Radwegen eingeschränkt wird.

Verkehrsbehindernd ist, wenn durch die Werbeanlagen die Leichtigkeit und Flüssigkeit des Verkehrs behindert wird, wenn z.B. Rangierflächen für Lkws verringert werden, Innen- und Außenradien von Kurven, insbesondere bei Kreisverkehren verstellt werden, etc.

Verkehrsbehindernd ist, wenn öffentliche Parkflächen durch Werbeanlagen verstellt werden; fehlende Parkflächen generieren Parkvergehen; falsch geparkte KFZ können dringende Einsätze von Hilfsdiensten und Exekutive erschweren oder sogar verhindern.

Verkehrszeichen dürfen nicht verdeckt werden

Verkehrszeichen (Gefahrenzeichen gem. §50 STVO, Vorschriftszeichen gem. § 52 STVO, Hinweiszeichen gem. § 53 STVO), Sicherheitsschilder, Straßenbezeichnungsschilder und Verkehrssignalanlagen (Ampelanlagen, Signale vor Eisenbahnquerungen, Fußgängerblinksignale, sonstige elektrische Warnanlagen) sind für die Sicherheit, Leichtigkeit und Flüssigkeit des Verkehrs unabkömmlich.

Beispiele:

- Nicht (rechtzeitig) einsehbares Vorschriftszeichen gem. § 52 / 23 (Vorrang geben):
Der in die bevorrangte Straße „einbiegende oder die Straße querende“ Verkehr kann, da dass Vorschriftszeichen nicht einsehbar ist, die Rechtsregel anwenden – Gefahrensituation.
- Nicht (rechtzeitig) einsehbares Vorschriftszeichen gem. § 52 / 24 (Halt):
Der in die bevorrangte Straße „einbiegende oder die Straße querende“ Verkehr kann, da dass Vorschriftszeichen nicht einsehbar ist, die Rechtsregel anwenden – Gefahrensituation.
- Verdeckte Wegweisung oder Vorwegweisung, Straßenbezeichnungsschilder:
Es werden unsichere Fahrmanöver, unnötige Bremsmanöver, unnötige Fahrtrichtungsänderungen, abrupte Fahrspurwechsel und sonstige, den kontinuierlichen Verkehrsfluss störende Fahrmanöver generiert.
Sehr negative Folgen kann auch z.B. eine verdeckte Wegweisung zu einem Krankenhaus nach sich ziehen.

Verdeckte Verkehrszeichen für den ruhenden Verkehr, und / oder verdeckte Sicherheitsschilder:

Verkehrszeichen für den ruhenden Verkehr dürfen nicht verdeckt werden, da z.B. bei nicht sichtbaren Halte- und Parkverboten Feuerwehr – und Rettungsausfahrten sowie sonstige Aus- und Zufahrten infolge von Unkenntnis eingeschränkt oder blockiert werden könnten; verdeckte Sicherheitsschilder können z.B. Alarmierungen von dringend

erforderlichen Hilfs- und Sicherheitskräften verzögern oder / und das Auffinden und Betätigen von Sicherheitseinrichtungen (Absperrschieber, Löschwasseranschlüsse, Hauptschalter...) verzögern oder verhindern.

Weitere Beispiele betreffend verdeckte Verkehrszeichen werden – da zu umfangreich und der Inhalt der Verkehrszeichen bei Beachtung der STVO in der Regel selbsterklärend ist - nicht weiter angeführt.

Die Anlagen sind so fest am Boden zu verankern, dass sie auch durch starke Windstöße nicht losgerissen werden können

Nicht oder ungenügend befestigte Werbeanlagen können durch Windeinflüsse und oder durch motorisierten Verkehr (insbesondere durch LKW Verkehr oder / und infolge hoher Geschwindigkeiten) verursachte Luftverwirbelungen (Druck- und Sogwirkungen) umstürzten oder sogar hoch gewirbelt werden. Bereits in dieser Phase können dadurch Verkehrsteilnehmer (Fußgänger, Radfahrer, motorisierte Verkehrsteilnehmer) zu Schaden kommen und es können Sachschäden an Fahrzeugen und sonstigen Einrichtungen die Folge sein.

In weiterer Folge können auf der Fahrbahn liegende Teile Fahrzeuge beschädigen und insbesondere einspurige Verkehrsteilnehmer gefährden.

Auf der Fahrbahn liegende Teile können infolge des fließenden Verkehrs aufgewirbelt werden, wodurch weitere Verkehrsteilnehmer zu Schaden kommen könnten.

Auf der Fahrbahn liegende Teile können aber auch rechtzeitig erkannt werden. In diesem Fall sind Vollbremsungen, welche ebenfalls Auffahrunfälle auslösen können, unausweichlich.

Die Standorte für Werbe- und Ankündigungsplakate sind mit dem örtlich zuständigen Straßenerhalter festzulegen

Dem Straßenerhalter ist bekannt, in welchen Bereichen in den betroffenen Zeiträumen mit Erhaltungs- (Schneeräumung, Kanalreinigung, Mäharbeiten, Straßenreinigung, Wartung technischer Anlagen...) oder mit straßenbaulichen Sanierungsarbeiten zu rechnen ist.

Die dafür erforderliche Flächen (Deponien, Rangierflächen, Baustelleneinrichtungen, Reparaturflächen) sind im Sinne der Sicherheit, Flüssigkeit und Leichtigkeit des Verkehrs freizuhalten.

Infolgedessen ist die Abstimmung bezüglich dem Aufstellungsort der Werbeanlagen und dem Aufstellungszeitrahmen mit dem Erhalter und Betreiber der Straßen mit dem Straßenbetreiber und Straßenerhalter zwingend notwendig.

Werbungen und Ankündigungen dürfen maximal 1 Monat vor Beginn bis 2 Tage nach Ende einer Veranstaltung aufgestellt werden

Ausgenommen davon sind Wahlplakate, diese können jeweils in einem Zeitraum von sechs Wochen vor und drei Wochen nach dem Wahltag aufgestellt werden:

Auf Straßen oder in Straßennähe auf Fremdgrund aufgestellte Werbeanlagen haben den primären Zweck, die Aufmerksamkeit von Verkehrsteilnehmern zu erregen und den Werbeinhalt dem (meist motorisierten) Verkehrsteilnehmer näher zu bringen. Infolge

dessen ist eine zeitweilige Blickzuwendung und zeitweilige geistige Ablenkung des Verkehrsteilnehmers (Erkennen, Erfassen und Realisieren des Werbeinhaltes) Voraussetzung für eine effiziente Werbung. Jegliche Ablenkung des motorisierten oder / und nicht motorisierten Verkehrsteilnehmers erhöht jedoch das Gefahrenpotential im Straßenverkehr da die Aufmerksamkeit und Konzentration des Verkehrsteilnehmers zum Zwecke der Erfassung und Realisierung des Werbeinhaltes gezwungenermaßen ein Defizit an der, dem Verkehrsgeschehen zu widmenden Aufmerksamkeit generiert.

Im Sinne der Sicherheit im Straßenverkehr, der Leichtigkeit und Flüssigkeit des Verkehrs sind daher Werbeanlagen prinzipiell nur für eine möglichst kurze Dauer aufzustellen. Jegliche Ablenkung des Verkehrsteilnehmers, (auch in z.B. verkehrsberuhigten Bereichen) stellt eine potentielle Gefahrenquelle dar.

Straßenränder, Straßenbankette und sonstige, nicht explizit den Fahrbahnen zuordenbare Straßenflächen müssen regelmäßig gewartet werden (Reinigung, Schneeräumung, Mäharbeiten...). Nicht gewartete Straßenstücke können Sicherheitsdefizite generieren (Glätte durch Verschmutzung oder Schnee, Sichtbehinderungen infolge Pflanzenbewuchs...). Diesbezügliche Behinderungen sind daher möglichst kurz zu halten.

Ein weiterer Grund für möglichst kurze Aufstellungszeiten ist die Ausführung von Werbeanlagen an sich selbst. Zum Großteil werden Materialien (Pappe, unbehandeltes, dünnwandiges Weichholz) und Fertigungsmethoden eingesetzt, welche lediglich eine kurze Lebensdauer der Werbeanlagen bedingen. Zu Bruch gegangene Werbeanlagen verschmutzen nicht nur die Umwelt, sie stellen auch ein Sicherheitsrisiko dar.

Zu Bruch gegangene Werbeanlagen können durch Windeinflüsse und oder durch motorisierten Verkehr (insbesondere durch LKW Verkehr oder / und infolge hoher Geschwindigkeiten) verursachte Luftverwirbelungen (Druck- und Sogwirkungen) hoch gewirbelt werden. Dadurch können Verkehrsteilnehmer (Fußgänger, Radfahrer, motorisierte Verkehrsteilnehmer) zu Schaden kommen und es können auch Sachschäden an Fahrzeugen und sonstigen Einrichtungen die Folge sein.

In weiterer Folge können auf der Fahrbahn liegende Teile Fahrzeuge beschädigen und insbesondere einspurige Verkehrsteilnehmer gefährden.

Auf der Fahrbahn liegende Teile können infolge des fließenden Verkehrs aufgewirbelt werden, wodurch weitere Verkehrsteilnehmer zu Schaden kommen könnten.

Auf der Fahrbahn liegende Teile können aber auch rechtzeitig erkannt werden. In diesem Fall sind Vollbremsungen wahrscheinlich, welche ebenfalls Auffahrunfälle auslösen können.

Die Erstreckung von Fristen für Wahlwerbung wird mit dem größeren Umfang des Werbeaufwandes begründet.

Teil 6 - Begründungen und Erläuterungen zu Teil 2 „Verkehrstechnische Voraussetzungen und Auflagen“

Autobahnen und Schnellstraßen

- 1. Werbeanlagen dürfen nur im Bereich der Autobahnauffahrten bzw. Autobahnabfahrten, also nur auf den Rampen und nicht an der Hauptfahrbahn aufgestellt werden.**

Das hochrangige Straßennetz hat die primäre Aufgabe, ein möglichst hohes Verkehrsaufkommen mit möglichst kurzen Reisezeiten, jedoch ohne jegliche Einschränkung der Verkehrssicherheit zuzulassen.

Auf Straßen oder in Straßennähe auf Fremddgrund aufgestellte Werbeanlagen haben den primären Zweck, die Aufmerksamkeit von Verkehrsteilnehmern zu erregen und den Werbeinhalt dem motorisierten Verkehrsteilnehmer näher zu bringen. Infolge dessen ist eine zeitweilige Blickzuwendung und zeitweilige geistige Ablenkung des Verkehrsteilnehmers (Erkennen, Erfassen und Realisieren des Werbeinhaltes) Voraussetzung für eine effiziente Werbung. Jegliche Ablenkung des motorisierten Verkehrsteilnehmers erhöht jedoch das Gefahrenpotential im Straßenverkehr da die Aufmerksamkeit und Konzentration des Verkehrsteilnehmers zum Zwecke der Erfassung und Realisierung des Werbeinhaltes gezwungenermaßen ein Defizit der Aufmerksamkeit und Konzentration gegenüber dem Verkehrsgeschehen generiert.

Die Konzentration des Verkehrs auf Autobahnen und Schnellstraßen und das damit verbundene hohe Verkehrsaufkommens sowie relativ hohe, höchst zulässige Geschwindigkeiten erfordern jedoch die volle Aufmerksamkeit der Verkehrsteilnehmer; zusätzliche Reizüberflutungen durch Werbeanlagen können die Belastbarkeitsgrenze mancher Verkehrsteilnehmer übersteigen und zu falschen oder verspäteten Reaktionen führen.

Im Sinne der Sicherheit im Straßenverkehr, der Leichtigkeit und Flüssigkeit des Verkehrs dürfen daher verkehrsfremde (Werbe-) Anlagen nur in Bereichen mit niedrigen höchst zulässigen Geschwindigkeiten (nicht auf Autobahn Hauptfahrbahnen) und im möglichst geringen Ausmaß (siehe Reizüberflutung) aufgestellt werden.

Durch Werbeanlagen verursachte Ablenkungen des Verkehrsteilnehmers (Blickzuwendung, Erfassen und realisieren des Werbeinhaltes) sind jedenfalls aus folgenden Gründen zu vermeiden:

Das Erfassen (Lesen) und Realisieren der Werbeinhalte erfordert Aufmerksamkeit und Zeit, auch wenn es sich nur im „Augenblicke“ handelt:

Schlimmstenfalls können infolge Reizüberflutung von Verkehrsteilnehmern vermehrt verkehrsrelevante Situationen (z.B. Überholvorgänge, Bremsmanöver Vorausfahrender, Fahrspurwechsel anderer Verkehrsteilnehmer, Ein- oder Entflechtungsvorgänge, Baustellenankündigungen, Wegweisungen) nicht rechtzeitig erfasst werden und damit verspätete oder Falsche Fahrmanöver (und daraus resultierende Gefahrensituationen (Verreißen des KFZ, Schleudern) eingeleitet werden. Abrupte, für nachfolgende Verkehrsteilnehmer nicht vorhersehbare Bremsmanöver und / oder nicht angekündigte Fahrspurwechsel sind die Folge und generieren wiederum zusätzliche Gefahrensituationen.

Unterschiedliche Zeit für das Erfassen und Realisieren von Werbeinhalten, unterschiedliches Interesse von Verkehrsteilnehmern an Werbung:

Für nachfolgende Verkehrsteilnehmer sind derartige Störungen des Verkehrsflusses (Verminderung der Geschwindigkeit um den Werbeinhalt zu erfassen)

nicht vorhersehbar und es kann zu nicht vorhersehbaren Bremsmanövern Vollbremsungen und unvorhergesehenen Fahrspurwechseln führen. Ein inhomogener Verkehrsfluss ist sowohl der Sicherheit, als auch der Flüssigkeit des Verkehrs abträglich. In Ausnahmefällen können derartige Ablenkungen von Verkehrsteilnehmern zu Staubildungen oder sogar zu Unfällen führen.

2. Werbungen und Ankündigungen dürfen von der Hauptfahrbahn nicht einsehbar sein.

Das hochrangige Straßennetz hat die primäre Aufgabe, ein möglichst großes Verkehrsaufkommen mit möglichst kurzen Reisezeiten, jedoch ohne jegliche Einschränkung der Verkehrssicherheit zuzulassen.

Die Konzentration des Verkehrs und des damit verbundenen hohen Verkehrsaufkommen sowie relativ hohe, höchst zulässige Geschwindigkeiten sind die naturgemäße Folge, welche die volle Aufmerksamkeit des Verkehrsteilnehmers erfordert; weitere Reizüberflutungen durch nicht verkehrsrelevante Werbeanlagen können die Belastbarkeitsgrenze mancher Verkehrsteilnehmer übersteigen; durch Reizüberflutung können Situationen auftreten, in welchen schnelle und richtige Fahrmanöver erforderlich sind, der Verkehrsteilnehmer aber infolge von Reizüberflutungen überfordert ist .

3. Innerhalb von 100 m pro Fahrtrichtung darf nur eine Werbung bzw. Ankündigung von dem jeweiligen Nutznießer aufgestellt werden.

Im Bereich von Autobahn- oder Schnellstraßen Auf- und Abfahrten sind aus Gründen der Verkehrssicherheit und zur Orientierung der Verkehrsteilnehmer vermehrt Verkehrszeichen (Vorschriftszeichen gem. § 52 STVO, Gefahrenzeichen gem. § 50 STVO und Hinweiszeichen gem. § 53 STVO wie Wegweisungen-etc.) erforderlich. Auf Straßen oder in Straßennähe auf Fremgrund aufgestellte Werbeanlagen haben den primären Zweck die Aufmerksamkeit von Verkehrsteilnehmern zu erregen und den Werbeinhalt dem motorisierten Verkehrsteilnehmer näher zu bringen – eine visuelle Überschwelligkeit von verkehrsfremden Werbeträgern gegenüber verkehrsrelevanten visuellen Verkehrszeichen und Ankündigungen muss jedenfalls vermieden werden

Durch das Errichten von Werbeanlagen im Bereich von Autobahnen und Schnellstraßen Auf- und Abfahrten darf weder

- die Übersichtlichkeit der örtlichen Situation eingeschränkt werden noch der
- Verkehrsteilnehmer von relevanten Verkehrs- und Orientierungssituationen unzulässig abgelenkt werden. Durch derartige Ablenkungen können unmotivierte, für andere Verkehrsteilnehmer nicht vorhersehbare Verkehrssituationen hervorgerufen werden (insbesondere im Bereich von Autobahn und Schnellstraßen Auf- und Abfahrten können Orientierungsprobleme nachhaltige Folgen wie z.B. Geisterfahrerunfälle hervorrufen).

Es ist daher unbedingt anzustreben, dass Ablenkungen des Verkehrsteilnehmers möglichst gering gehalten werden und die Übersichtlichkeit der Straßenführung erhalten bleibt.

4. Ab 150 m vor der Einmündung der Autobahnauf- bzw. Autobahnabfahrten in das nachgeordnete Straßennetz dürfen keine Werbungen bzw. Ankündigungen aufgestellt werden.

Im Bereich von Autobahn- oder Schnellstraßen Auf- und Abfahrten sind aus Gründen der Verkehrssicherheit und zur Orientierung der Verkehrsteilnehmer vermehrt Verkehrszeichen (Vorschriftszeichen gem. § 52 STVO, Gefahrenzeichen gem. § 50 STVO und Hinweiszeichen gem. § 53 STVO wie Wegweisungen-etc.) erforderlich.

Durch das Errichten von Werbeanlagen im Bereich von Autobahnen und Schnellstraßen Auf- und Abfahrten darf weder

- die Übersichtlichkeit der örtlichen Situation eingeschränkt werden noch der
- Verkehrsteilnehmer von relevanten Verkehrs- und Orientierungssituationen unzulässig abgelenkt werden (insbesondere im Bereich von Autobahn und Schnellstraßen Auf- und Abfahrten können Orientierungsprobleme nachhaltige Folgen wie z.B. Geisterfahrerunfälle hervorrufen).

5. Verkehrszeichen dürfen nicht verdeckt werden. Die Entfernung zum nächstgelegenen Verkehrszeichen muss mindestens 100 m betragen.

Verkehrszeichen (Gefahrenzeichen gem. §50 STVO, Vorschriftszeichen gem. § 52 STVO, Hinweiszeichen gem. § 53 STVO), Sicherheitsschilder, und Verkehrssignalanlagen sind für die Sicherheit, Leichtigkeit und Flüssigkeit des Verkehrs auf Autobahnen und Schnellstraßen unabkömmlich.

Das Erfassen (Lesen) und realisieren der Werbeinhalte erfordert jedoch Aufmerksamkeit und Zeit, auch wenn es sich nur im „Augenblicke“ handelt. Schlimmstenfalls können wegen Reizüberflutungen (Anzahl und Inhalte von verkehrsfremden Werbeträgern, visuelle Überschwelligkeit verkehrsfremder Werbeträger) überforderte Verkehrsteilnehmer vermehrt verkehrsrelevante Situationen (z.B. Überholvorgänge, Bremsmanöver Vorausfahrender, Fahrspurwechsel, Ein- oder Entflechtungsvorgänge, , Wegweisungen) nicht rechtzeitig erfassen und damit durch falsche Reaktionen zusätzliche Gefahrensituationen hervorrufen.

Beispiele:

Verdeckte Wegweisung oder Vorwegweisung, Straßenbezeichnungsschilder:

- Es werden unsichere Fahrmanöver, unnötige Bremsmanöver, unnötige Fahrtrichtungsänderungen, abrupte Fahrspurwechsel und sonstige den kontinuierlichen Verkehrsfluss störende Fahrmanöver generiert.
- Sehr negative Folgen kann auch z.B. eine verdeckte Wegweisung zu einem Krankenhaus nach sich ziehen.

Verdeckte Sicherheitsschilder:

- Verdeckte Sicherheitsschilder können z.B. Alarmierungen von dringend erforderlichen Hilfs- und Sicherheitskräften (verdeckte Kennzeichnung von z.B. Notrufeinrichtungen und Brandmeldern...) verzögern oder / und das Auffinden und Betätigen von Sicherheitseinrichtungen (Absperrschieber, Löschwasseranschlüsse, Hauptschalter...) verzögern oder verhindern.

6. Der Abstand der Anlage zum nächstgelegenen Fahrbahnrand muss mindestens die tatsächliche Höhe der Anlage betragen.

Die Werbeanlage darf im Falle eines Ereignisses (Unfall) und eines daraus resultierenden Umstürzens nicht in die Fahrbahn hineinreichen.

In weiterer Folge können auf der Fahrbahn liegende Teile Fahrzeuge beschädigen und insbesondere einspurige Verkehrsteilnehmer gefährden.

Auf der Fahrbahn liegende Teile können infolge des fließenden Verkehrs aufgewirbelt werden, wodurch weitere Verkehrsteilnehmer zu Schaden kommen könnten.

Auf der Fahrbahn liegende Teile können aber auch rechtzeitig erkannt werden. In diesem Fall sind Vollbremsungen die Folge, welche ebenfalls Auffahrunfälle auslösen können.

7. Auf der Klagenfurter Schnellstraße S 37 gilt ein absolutes Aufstellungsverbot.

Je zwei Fahrstreifen, ohne Mittelstreifen und ohne sonstige Rückhaltersysteme zur Trennung der Richtungsfahrbahnen errichtet.

Die Fahrspuren sind durchschnittlich ... m breit und stellen das Mindestmaß für eine Schnellstraße dar. Die S37 wird zudem als Strecke mit erhöhter Unfallhäufigkeit ausgewiesen. Eine zusätzliche Ablenkung durch Werbeanlagen ist unbedingt zu vermeiden da in diesem Bereich jede Unaufmerksamkeit eines Verkehrsteilnehmers nachhaltige Folgen (Frontalzusammenstoß) generieren kann.

8. Keine Werbeanlagen im Bereich von Baustellen

In Baustellenbereichen sind besondere Verkehrsführungen die Regel. Fahrspurverengungen, Baustellenmarkierungen, Überholverbote, Geschwindigkeitsbeschränkungen, Verkehrsstaus, Baustellenampeln, Baustellenverkehr, und Fahrbahnüberleitungen erfordern die volle Konzentration der Verkehrsteilnehmer. Zusätzliche, nicht verkehrsrelevante Informationen könnten die Verkehrsteilnehmer auf Grund von Reizüberflutungen überlasten und Fehlreaktionen hervorrufen. Jedenfalls sind im Sinne der Verkehrssicherheit Werbeanlagen in Baustellenbereichen aus folgenden Gründen unzulässig:

- Visuell überschwellige, nicht verkehrsrelevante Werbeträger würden die Aufmerksamkeit der Verkehrsteilnehmer von verkehrsrelevanten Beschilderungen und Einrichtungen ablenken
- Die Sicht auf den Verlauf der Baustellenführung behindernd beeinflussen
- Die Sicht auf verkehrsrelevante Beschilderungen vermindern oder verhindern

9. Keine Werbeanlagen im Bereich von ausgewiesenen Unfallhäufigkeitsstellen

Im Bereich von Unfallhäufungsstellen ist die volle (ungeteilte) Konzentration der Verkehrsteilnehmer erforderlich. Die Ursache von Unfallhäufungsstellen können vielfältig sein (Straßen – Querneigungen, Kurvenverläufe, Straßenbelageigenschaften) Werbeanlagen sind im Bereich von Unfallhäufungsstellen aus folgenden Gründen unzulässig:

- Visuell überschwellige, nicht verkehrsrelevante Werbeträger würden die Aufmerksamkeit der Verkehrsteilnehmer vom (unfallträchtigen) Straßenverlauf, der

Verkehrssituation sowie von verkehrsrelevanten Beschilderungen und Einrichtungen ablenken.

- Die Sicht auf verkehrsrelevante Beschilderungen vermindern oder verhindern.

Öffentliche Straßen im Freiland

1. Im Kurvenbereich dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.

Die Sichtweiten in Kurven sind naturgemäß eingeschränkt.

Im Allgemeinen gilt auf zweispurigen Freilandstraßen für motorisierte Verkehrsteilnehmer „das Fahren auf Sicht“. Durch in Kurvenbereich aufgestellte Werbeanlagen wird die freie Sicht auf den Straßen - Kurvenverlauf behindert

- Gefahrenmomente treten insbesondere auf, wenn unvorhergesehen nicht motorisierte Verkehrsteilnehmer (Fußgänger, Radfahrer) die Straße nutzen und zum gleichen Zeitpunkt Gegenverkehr herrscht, so dass ein Ausweichen nicht möglich ist da in Kurven aufgestellte Werbeanlagen ein rechtzeitiges Erkennen anderer Verkehrsteilnehmer (oder anderen auf der Fahrbahn liegenden Hindernissen) behindern oder sogar verhindern.
- Des Weiteren besteht die Gefahr, dass nächtens das Wild wegen Abschattung durch die Werbeanlage nicht durch das Scheinwerferlicht direkt angeleuchtet wird, und dass daraus resultierend das Gefahrenpotential „Wildwechsel“ erhöht wird und da die
- Konzentration des Verkehrsteilnehmers (auf den Kurvenverlauf) wegen zusätzlichen verkehrsfremden visuellen Reizen gestört wird (daraus resultierend kann es zum Abkommen von der Fahrbahn kommen).

2. Auf der B 317 Friesacher Straße gilt für den 4-spurigen Bereich ein absolutes Aufstellungsverbot.

Die Friesacher Straße ist zum Teil mit zwei Richtungsfahrbahnen mit jeweils zwei Fahrstreifen, ohne Mittelstreifen und ohne sonstige Rückhaltesysteme zur Trennung der Richtungsfahrbahnen errichtet.

Die Fahrspuren sind durchschnittlich lediglich ... m breit. Die B 317 wird zudem als Strecke mit erhöhter Unfallhäufigkeit ausgewiesen. Eine zusätzliche Ablenkung durch Werbeanlagen ist unbedingt zu vermeiden da in diesem Bereich jede Unaufmerksamkeit eines Verkehrsteilnehmers nachhaltige Folgen (Frontalzusammenstoß) generieren kann.

3. Im Bereich von Busbuchten dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.

Insbesondere im Bereich von Busbuchten sind eine ausreichende Sicht und die ungeteilte Aufmerksamkeit der motorisierten Verkehrsteilnehmer erforderlich.

In diesen Bereich aufgestellte Werbeanlagen können

- einerseits die Sicht auf die, die Fahrbahn querenden Kinder (Schüler) und auf erwachsene Busnutzer verhindern oder beeinträchtigen aber auch
- dem nicht motorisierten, am Straßenrand wartenden Verkehrsteilnehmer die Sicht auf herankommende Kraftfahrzeuge nehmen.

- Ein weiteres Gefahrenmoment ist die Ablenkung (erkennen, erfassen, registrieren des Werbeinhaltes) der motorisierten Verkehrsteilnehmer vom Verkehrsgeschehen wobei bezüglich gesetzeskonformen Verhalten im Straßenverkehr der Vertrauensgrundsatz bei Schulkindern nicht anzuwenden ist.

4. Im unmittelbaren Kreuzungsbereich sowie 150 m vor und nach einer Kreuzung dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.

Im Bereich von Kreuzungen auf Freilandstraßen sind aus Gründen der Verkehrssicherheit und zur Orientierung der Verkehrsteilnehmer vermehrt Verkehrszeichen gemäß § 50 STVO, § 52 STVO und §53 STVO (Vorschriftszeichen, Gefahrenzeichen, Hinweiszeichen – einschließlich Wegweisung und Sicherheitsschildern) erforderlich.

Durch das Errichten von Werbeanlagen im Bereich einer Kreuzung würde

- die Übersichtlichkeit der (Kreuzungs-) Situation eingeschränkt werden
- die Gefahr bestehen, dass Elemente der Verkehrssteuerung (Verkehrszeichen,, Ampeln) und Verkehrssicherung nicht einsehbar sind
- die Orientierung der Verkehrsteilnehmer infolge nicht einsehbarer Wegweisung erschwert wird (unsichere oder gar überforderte Verkehrsteilnehmer erhöhen die Unfallgefahr).
- Des Weiteren vermindern Werbeanlagen in Bereichen vor und nach einer Kreuzung die Aufmerksamkeit der Verkehrsteilnehmer infolge von nicht verkehrsrelevanten Blickzuwendungen und Realisierung der Werbeinhalte; jedoch ist insbesondere im Bereich von Zufahrten auf Kreuzungen die volle, ungeteilte Aufmerksamkeit des Verkehrsteilnehmers Voraussetzung für einen sicheren und flüssigen Verkehrsablauf.

5. 100 m vor und nach Schutzwegen dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.

Vor und nach Schutzwegen aufgestellte Werbeanlagen vermindern

- die Sicht motorisierter Verkehrsteilnehmer auf Fußgänger und Radfahrer
- die Sicht nicht motorisierter Verkehrsteilnehmer auf herannahende Fahrzeuge und
- die Aufmerksamkeit der motorisierten Verkehrsteilnehmer infolge Ablenkung durch die visuelle Überschwelligkeit von Werbeanlagen,
- die verkehrsrelevante Konzentration des motorisierten Verkehrsteilnehmers in Folge Erfassung verkehrsfremder Informationen
- die Übersichtlichkeit der Verkehrssituation
- die frei Sicht auf Elemente der Verkehrssteuerung (Verkehrszeichen,, Ampeln) und Verkehrssicherung

6. In einem Kreisverkehr sowie 150 m davor und danach dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.

Im Bereich von Kreisverkehren sind aus Gründen der Verkehrssicherheit und zur Orientierung der Verkehrsteilnehmer vermehrt Verkehrszeichen gem. § 50 STVO, § 52 STVO und § 53 STVO (Vorschriftszeichen, Gefahrenzeichen, Hinweiszeichen – einschließlich Wegweisung und Sicherheitsschildern) erforderlich.

In, vor und nach Kreisverkehren aufgestellte Werbeanlagen vermindern

- die Sicht motorisierter Verkehrsteilnehmer auf Fußgänger und Radfahrer
- die Sicht nicht motorisierter Verkehrsteilnehmer auf herannahende Fahrzeuge und
- die Aufmerksamkeit der motorisierten Verkehrsteilnehmer infolge Ablenkung durch die visuelle Überschwelligkeit von Werbeanlagen,
- die verkehrsrelevante Konzentration der Verkehrsteilnehmer in Folge Erfassung und Realisierung verkehrsfremder Informationen
- die Übersichtlichkeit der Verkehrssituation
- die freie Sicht auf Elemente der Verkehrssteuerung und Verkehrssicherung,
- die Orientierung der Verkehrsteilnehmer infolge schlecht oder nicht einsehbarer Wegweisung (unsichere oder gar überforderte Verkehrsteilnehmer erhöhen die Unfallgefahr), wobei insbesondere im Bereich von Kreisverkehren die volle und ungeteilte Aufmerksamkeit des Verkehrsteilnehmers Voraussetzung für einen sicheren und flüssigen („einfädeln – Reißverschluss Prinzip“) Verkehrsablauf ist.

7. Innerhalb von 100 m darf nur ein Plakat von den jeweiligen Nutznießern aufgestellt werden.

Auf Straßen oder in Straßennähe auf Fremdgrund aufgestellte Werbeanlagen haben den primären Zweck die Aufmerksamkeit von Verkehrsteilnehmern zu erregen und den Werbeinhalt dem motorisierten Verkehrsteilnehmer näher zu bringen – eine visuelle Überschwelligkeit von verkehrsfremden Werbeträgern gegenüber verkehrsrelevanten visuellen Verkehrszeichen und Ankündigungen muss jedenfalls vermieden werden

Durch das Errichten von Werbeanlagen auf öffentlichen Straßen im Freiland darf weder

- die Übersichtlichkeit der örtlichen Situation eingeschränkt werden noch der
- Verkehrsteilnehmer von relevanten Verkehrs- und Orientierungssituationen unzulässig abgelenkt werden. Durch derartige Ablenkungen können unmotiviert, für andere Verkehrsteilnehmer nicht vorhersehbare Verkehrssituationen hervorgerufen werden. Orientierungsprobleme in Folge schlecht sichtbarer Wegweisung oder schlecht sichtbaren verkehrsrelevanten Anlagen zur Regelung und Sicherung des Verkehrs können abrupte, für andere Verkehrsteilnehmer nicht vorhersehbare Fahrmanöver auslösen und so unnötige zusätzliche Gefahrenmomente generieren.

Es ist daher unbedingt anzustreben, dass Ablenkungen des Verkehrsteilnehmers (auch mengenmäßig) möglichst gering gehalten werden und die Übersichtlichkeit der Straßenführung erhalten bleibt.

8. Verkehrszeichen dürfen nicht verdeckt werden. Die Entfernung zum nächstgelegenen Verkehrszeichen muss mindestens 100 m betragen.

Verkehrszeichen (Gefahrenzeichen gem. §50 STVO, Vorschriftszeichen gem. § 52 STVO, Hinweiszeichen gem. § 53 STVO), Sicherheitsschilder, Straßenbezeichnungsschilder und Verkehrssignalanlagen (Ampelanlagen, Signale vor Eisenbahnquerungen, Fußgängerblinksignale, sonstige elektrische Warnanlagen) sind für die Sicherheit, Leichtigkeit und Flüssigkeit des Verkehrs unabkömmlich. Schlimmstenfalls können wegen Reizüberflutungen (Anzahl und Inhalte von verkehrsfremden Werbeträgern, visuelle Überschwelligkeit verkehrsfremder Werbeträger) überforderte Verkehrsteilnehmer vermehrt verkehrsrelevante Situationen (z.B. Überholvorgänge, Bremsmanöver Vorfahrender, Fahrspurwechsel, Ein- oder Entflechtungsvorgänge, Wegweisungen) nicht rechtzeitig erfassen und damit zusätzliche Gefahrensituationen hervorrufen.

Das Erfassen (Lesen) und das Realisieren von Werbeinhalten erfordert jedoch Aufmerksamkeit und Zeit, auch wenn es sich nur im „Augenblicke“ handelt.

Der Mindestabstand zum nächstgelegenen Verkehrszeichen ist jedenfalls einzuhalten, da dem Verkehrsteilnehmer im Sinne der Sicherheit und Flüssigkeit des Verkehrs der erforderliche Zeitraum für das Erkennen, Erfassen und Realisieren des Verkehrszeichens oder der Wegweisung (einschließlich erforderlicher örtlicher Orientierung) zugestanden werden muss.

Beispiele:

- nicht (rechtzeitig) einsehbares Vorschriftszeichen gem. § 52 / 23 (Vorrang geben):
Der in die bevorrangte Straße „einbiegende oder die Straße querende“ Verkehr kann, da das Vorschriftszeichen nicht einsehbar ist, die Rechtsregel anwenden – Gefahrensituation.
- nicht (rechtzeitig) einsehbares Vorschriftszeichen gem. § 52 / 24 (Halt):
Der in die bevorrangte Straße „einbiegende oder die Straße querende“ Verkehr kann, da das Vorschriftszeichen nicht einsehbar ist, die Rechtsregel anwenden – Gefahrensituation.
- verdeckte Wegweisung oder Vorwegweisung, Straßenbezeichnungsschilder:
Es werden unsichere Fahrmanöver, unnötige Bremsmanöver, unnötige Fahrtrichtungsänderungen, abrupte Fahrspurwechsel und sonstige den kontinuierlichen Verkehrsfluss störende Fahrmanöver generiert.
Sehr negative Folgen kann auch z.B. eine verdeckte Wegweisung zu einem Krankenhaus nach sich ziehen.
- Verdeckte Verkehrszeichen für den ruhenden Verkehr, und / oder verdeckte Sicherheitsschilder:
Verkehrszeichen für den ruhenden Verkehr dürfen nicht verdeckt werden, da z.B. bei nicht sichtbaren Halte- und Parkverboten Feuerwehr – und Rettungsausfahrten sowie sonstige Aus- und Zufahrten infolge von Unkenntnis eingeschränkt oder blockiert werden könnten; verdeckte Sicherheitsschilder können z.B. Alarmierungen von dringend erforderlichen Hilfs- und Sicherheitskräften verzögern oder / und das Auffinden und Betätigen von Sicherheitseinrichtungen (Absperrschieber, Löschwasseranschlüsse, Hauptschalter...) verzögern oder verhindern.

Weitere Beispiele betreffend verdeckte Verkehrszeichen werden – da zu umfangreich und der Inhalt der Verkehrszeichen bei Beachtung der STVO in der Regel selbsterklärend ist - nicht weiter angeführt.

9. Der Abstand der Anlage zum nächstgelegenen Fahrbahnrand muss mindestens die tatsächliche Höhe der Anlage betragen.

Die Werbeanlage darf im Falle eines Ereignisses (Unfall) und eines daraus resultierenden Umstürzens nicht in die Fahrbahn hineinreichen.

- In weiterer Folge können auf der Fahrbahn liegende Teile Fahrzeuge beschädigen und insbesondere einspurige Verkehrsteilnehmer gefährden.
- Auf der Fahrbahn liegende Teile können infolge des fließenden Verkehrs aufgewirbelt werden, wodurch weitere Verkehrsteilnehmer zu Schaden kommen könnten.
- Auf der Fahrbahn liegende Teile können aber auch rechtzeitig erkannt werden. In diesem Fall sind Vollbremsungen die Folge, welche ebenfalls Auffahrunfälle auslösen können.

10. Keine Werbeanlagen im Bereich von Baustellen.

In Baustellenbereichen sind besondere Verkehrsführungen die Regel. Fahrspurverengungen, Baustellenmarkierungen, Überholverbote, Geschwindigkeitsbeschränkungen, Verkehrsstaus, Baustellenampeln, Baustellenverkehr etc. erfordern die volle Konzentration der Verkehrsteilnehmer. Zusätzliche, nicht verkehrsrelevante Informationen könnten die Verkehrsteilnehmer auf Grund von Reizüberflutungen überlasten und Fehlreaktionen hervorrufen. Jedenfalls sind im Sinne der Verkehrssicherheit Werbeanlagen in Baustellenbereichen aus folgenden Gründen unzulässig

- Visuell überschwellige, nicht verkehrsrelevante Werbeträger würden die Aufmerksamkeit der Verkehrsteilnehmer von verkehrsrelevanten Beschilderungen und Einrichtungen ablenken,
- die Sicht auf den Verlauf der Baustellenführung behindernd beeinflussen,
- die Sicht auf verkehrsrelevante Beschilderungen vermindern oder verhindern

11. Keine Werbeanlagen im Bereich von ausgewiesenen Unfallhäufigkeitsstellen

Im Bereich von Unfallhäufungsstellen ist die volle (ungeteilte) Konzentration der Verkehrsteilnehmer erforderlich. Die Ursache von Unfallhäufungsstellen können vielfältig (Straßen – Querneigungen, Kurvenverläufe, Straßenbelageigenschaften, Kreuzungs- und aus folgenden Gründen unzulässig:

- Visuell überschwellige, nicht verkehrsrelevante Werbeträger würden die Aufmerksamkeit der Verkehrsteilnehmer vom (unfallträchtigen) Straßenverlauf, der Verkehrssituation sowie von verkehrsrelevanten Beschilderungen und Einrichtungen ablenken,
- die Sicht auf verkehrsrelevante Beschilderungen vermindern oder verhindern.

Öffentliche Straßen im Ortsgebiet

1. Im Bereich von Busbuchten dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.

Insbesondere im Bereich von Busbuchten sind eine ausreichende Sicht und die ungeteilte Aufmerksamkeit der motorisierten Verkehrsteilnehmer erforderlich. In diesen Bereich aufgestellte Werbeanlagen können

- einerseits die Sicht auf die, die Fahrbahn querenden Kinder (Schüler) und auf erwachsene Busnutzer verhindern oder beeinträchtigen aber auch
- dem nicht motorisierten, am Straßenrand wartenden Verkehrsteilnehmer die Sicht auf herankommende Kraftfahrzeuge nehmen.
- Ein weiteres Gefahrenmoment ist die Ablenkung (erkennen, erfassen, registrieren des Werbeinhaltes) der motorisierten Verkehrsteilnehmer vom Verkehrsgeschehen wobei bezüglich gesetzeskonformen Verhalten im Straßenverkehr der Vertrauensgrundsatz bei Schulkindern nicht anzuwenden ist.

2. Im unmittelbaren Kreuzungsbereich sowie 30 m vor und nach einer Kreuzung dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.

Im Bereich von Kreuzungen auf Freilandstraßen sind aus Gründen der Verkehrssicherheit und zur Orientierung der Verkehrsteilnehmer vermehrt Verkehrszeichen gemäß § 50 STVO, § 52 STVO und §53 STVO (Vorschriftszeichen, Gefahrenzeichen, Hinweiszeichen – einschließlich Wegweisung und Sicherheitsschildern) erforderlich.

Durch Errichten von Werbeanlagen im Bereich der Kreuzung würde

- die Übersichtlichkeit der Situation eingeschränkt werden
- die Gefahr bestehen, dass Elemente der Verkehrssteuerung (Verkehrszeichen, Ampeln) und Verkehrssicherung nicht einsehbar sind
- die Orientierung der Verkehrsteilnehmer infolge nicht einsehbarer Wegweisung erschwert (unsichere oder gar überforderte Verkehrsteilnehmer erhöhen die Unfallgefahr).
- Des weiteren vermindern Werbeanlagen in Bereichen vor und nach einer Kreuzung die Aufmerksamkeit infolge von nicht verkehrsrelevanten Blickzuwendungen und Realisierung der Werbeinhalte; jedoch ist insbesondere im Bereich von Zufahrten auf Kreuzungen die volle, ungeteilte Aufmerksamkeit des Verkehrsteilnehmers Voraussetzung für einen sicheren und flüssigen Verkehrsablauf

3. 50 m vor und nach Schutzwegen und Querungshilfen dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.

Vor und nach Schutzwegen aufgestellte Werbeanlagen vermindern

- die Sicht motorisierter Verkehrsteilnehmer auf Fußgänger und Radfahrer
- die Sicht nicht motorisierter Verkehrsteilnehmer auf herannahende Fahrzeuge und

- die Aufmerksamkeit der motorisierten Verkehrsteilnehmer infolge Ablenkung durch die visuelle Überschwelligkeit von Werbeanlagen,
- die verkehrsrelevante Konzentration des motorisierten Verkehrsteilnehmers in Folge Erfassung verkehrsfremder Informationen
- die Übersichtlichkeit der Verkehrssituation
- Die frei Sicht auf Elemente der Verkehrssteuerung (Verkehrszeichen,, Ampeln) und Verkehrssicherung

4. In einem Kreisverkehr sowie 30 m davor und danach dürfen keine Werbungen und Ankündigungen aufgestellt werden.

Im Bereich von Kreisverkehren sind aus Gründen der Verkehrssicherheit und zur Orientierung der Verkehrsteilnehmer vermehrt Verkehrszeichen gem. § 50 STVO, § 52 STVO und § 53 STVO (Vorschriftszeichen, Gefahrenzeichen, Hinweiszeichen – einschließlich Wegweisung und Sicherheitsschildern) erforderlich. Vor und nach Kreisverkehren aufgestellte Werbeanlagen vermindern

- die Sicht motorisierter Verkehrsteilnehmer auf Fußgänger und Radfahrer
- die Sicht nicht motorisierter Verkehrsteilnehmer auf herannahende Fahrzeuge und
- die Aufmerksamkeit der motorisierten Verkehrsteilnehmer infolge Ablenkung durch die visuelle Überschwelligkeit von Werbeanlagen,
- die verkehrsrelevante Konzentration der Verkehrsteilnehmer in Folge Erfassung und Realisierung verkehrsfremder Informationen,
- die Übersichtlichkeit der Verkehrssituation,
- die frei Sicht auf Elemente der Verkehrssteuerung und Verkehrssicherung,
- die Orientierung der Verkehrsteilnehmer infolge schlecht oder nicht einsehbarer Wegweisung (unsichere oder gar überforderte Verkehrsteilnehmer erhöhen die Unfallgefahr), wobei insbesondere im Bereich von Kreisverkehren die volle und ungeteilte Aufmerksamkeit des Verkehrsteilnehmers Voraussetzung für einen sicheren und flüssigen („einfädeln – Reißverschluss Prinzip“) Verkehrsablauf ist.

5. Innerhalb von 20 m pro Fahrtrichtung darf nur ein Plakat von den jeweiligen Nutznießern aufgestellt werden.

Auf Straßen oder in Straßennähe auf Fremdgrund aufgestellte Werbeanlagen haben den primären Zweck die Aufmerksamkeit von Verkehrsteilnehmern zu erregen und den Werbeinhalt dem motorisierten Verkehrsteilnehmer näher zu bringen – eine visuelle Überschwelligkeit von verkehrsfremden Werbeträgern gegenüber verkehrsrelevanten visuellen Verkehrszeichen und Ankündigungen muss jedenfalls vermieden werden

Durch das Errichten von Werbeanlagen auf öffentlichen Straßen im Freiland darf weder

- die Übersichtlichkeit der örtlichen Situation eingeschränkt werden noch der
- Verkehrsteilnehmer von relevanten Verkehrs- und Orientierungssituationen unzulässig abgelenkt werden. Durch derartige Ablenkungen können unmotiviert,

für andere Verkehrsteilnehmer nicht vorhersehbare Verkehrssituationen hervorgerufen werden. Orientierungsprobleme in Folge schlecht sichtbarer Wegweisung oder schlecht sichtbaren verkehrsrelevanter Anlagen zur Regelung und Sicherung des Verkehrs können abrupte, für andere Verkehrsteilnehmer nicht vorhersehbare Fahrmanöver auslösen und so unnötige zusätzliche Gefahrenmomente generieren.

Es ist daher unbedingt anzustreben, dass Ablenkungen des Verkehrsteilnehmers (auch mengenmäßig) möglichst gering gehalten werden und die Übersichtlichkeit der Straßenführung erhalten bleibt.

6. Der Abstand der Anlage zum nächstgelegenen Fahrbahnrand muss mindestens die tatsächliche Höhe der Anlage betragen.

Die Werbeanlage darf im Falle eines Ereignisses (Unfall) und eines daraus resultierenden Umstürzens nicht in die Fahrbahn hineinreichen.

- In weiterer Folge können auf der Fahrbahn liegende Teile Fahrzeuge beschädigen und insbesondere einspurige Verkehrsteilnehmer gefährden.
- Auf der Fahrbahn liegende Teile können infolge des fließenden Verkehrs aufgewirbelt werden, wodurch weitere Verkehrsteilnehmer zu Schaden kommen könnten.
- Auf der Fahrbahn liegende Teile können aber auch rechtzeitig erkannt werden. In diesem Fall sind Vollbremsungen die Folge, welche ebenfalls Auffahrunfälle auslösen können.

7. Keine Werbeanlagen im Bereich von Baustellen.

In Baustellenbereichen sind besondere Verkehrsführungen die Regel. Fahrspurverengungen, Baustellenmarkierungen, Überholverbote, Geschwindigkeitsbeschränkungen, Verkehrsstaus, Baustellenampeln, Baustellenverkehr etc. erfordern die volle Konzentration der Verkehrsteilnehmer. Zusätzliche, nicht verkehrsrelevante Informationen könnten die Verkehrsteilnehmer auf Grund von Reizüberflutungen überlasten und Fehlreaktionen hervorrufen. Jedenfalls sind im Sinne der Verkehrssicherheit Werbeanlagen in Baustellenbereichen aus folgenden Gründen unzulässig:

- Visuell überschwellige, nicht verkehrsrelevante Werbeträger würden die Aufmerksamkeit der Verkehrsteilnehmer von verkehrsrelevanten Beschilderungen und Einrichtungen ablenken
- Die Sicht auf den Verlauf der Baustellenführung behindernd beeinflussen
- Die Sicht auf verkehrsrelevante Beschilderungen vermindern oder verhindern

8. Keine Werbeanlagen im Bereich von ausgewiesenen Unfallhäufigkeitsstellen.

Im Bereich von Unfallhäufigkeitsstellen ist die volle (ungeteilte) Konzentration der Verkehrsteilnehmer erforderlich. Die Ursache von Unfallhäufigkeitsstellen können vielfältig (Straßen – Querneigungen, Kurvenverläufe, Straßenbelagseigenschaften, Kreuzungs- und aus folgenden Gründen unzulässig:

- Visuell überschwellige, nicht verkehrsrelevante Werbeträger würden die Aufmerksamkeit der Verkehrsteilnehmer vom (unfallträchtigen) Straßenverlauf, der Verkehrssituation sowie von verkehrsrelevanten Beschilderungen und Einrichtungen ablenken.
- Die Sicht auf verkehrsrelevante Beschilderungen vermindern oder verhindern.