

Karlheinz Schlotterbeck

Recht der Anlagen- Außenwerbung

**Systematische Darstellung
am Beispiel Baden-Württemberg
mit länderübergreifenden
Rechtsprechungs-
und Literaturnachweisen**

Kohlhammer

RECHTSWISSENSCHAFTEN
UND VERWALTUNG

Recht und Verwaltung

Karlheinz Schlotterbeck

Recht der Anlagen- Außenwerbung

Systematische Darstellung
am Beispiel Baden-Württemberg
mit länderübergreifenden
Rechtsprechungs-
und Literaturnachweisen

Kohlhammer

Recht der Anlagen-Außenwerbung

Systematische Darstellung am Beispiel Baden-Württemberg
mit länderübergreifenden Rechtsprechungs- und
Literaturnachweisen

von

Professor Karlheinz Schlotterbeck

Vorsitzender Richter am Verwaltungsgericht a. D.;
Honorarprofessor der Hochschule für öffentliche Verwaltung
und Finanzen (HVF) – Université des Sciences
Administratives et Financières Appliquées – Ludwigsburg

Verlag W. Kohlhammer

1. Auflage 2021

Alle Rechte vorbehalten

© W. Kohlhammer GmbH, Stuttgart

Gesamtherstellung: W. Kohlhammer GmbH, Stuttgart

Print:

ISBN 978-3-17-039730-9

E-Book-Formate:

pdf: ISBN 978-3-17-039731-6

epub: ISBN 978-3-17-039732-3

mobi: ISBN 978-3-17-039733-0

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Für den Inhalt abgedruckter oder verlinkter Websites ist ausschließlich der jeweilige Betreiber verantwortlich. Die W. Kohlhammer GmbH hat keinen Einfluss auf die verknüpften Seiten und übernimmt hierfür keinerlei Haftung.

Das Recht der Außenwerbung stellt ein Querschnittsrecht dar, da es in unterschiedlichen (Bundes-, Landes-), schier unüberschaubaren, Gesetzen und Rechtsverordnungen sowie ggf. in bestehenden Satzungen der Gemeinden verortet ist.

Das Werk gibt daher allen denjenigen, die es mit dem Recht der Anlagen-Außenwerbung zu tun haben, einen strukturierten Überblick in der gebotenen Kürze und enthält zudem zahlreiche Literatur- und Rechtsprechungsachweise. Übersichten und Mustersatzungen runden das Werk ab. Soweit es um Landesrecht geht, wird beispielhaft auf das baden-württembergische Landesrecht Bezug genommen, das Parallelen zu entspr. Vorschriften in anderen Bundesländern aufweist; die zitierte obergerichtliche Rspr. und die Literaturnachweise sind nicht auf Baden-Württemberg beschränkt.

Professor Karlheinz Schlotterbeck, Vorsitzender Richter am Verwaltungsgericht a.D.; Honorarprofessor an der Hochschule für öffentliche Verwaltung und Finanzen (HVF) - University of Applied Sciences - Ludwigsburg.

Vorwort

Unter „**Außenwerbung**“ ist die (allgemein sichtbare) Werbung (Propaganda; Reklame) aller Art im öffentlichen Verkehrs- (Straßen-) Raum zu verstehen, die branchenüblich „**Out-of-Home Media**“ (OOH), auch „**Outdoor Media**“, bezeichnet wird. Außenwerbung kommt in verschiedenartigen Formen vor. Sie reicht von der einfachen Plakat-Werbung bis hin zur stark zunehmenden sog. „**Digital Out-of-Home**“ (DOOH) über Bildschirme, energiesparende LED-Flächen¹ und Projektionen im öffentlichen Raum, die, von Computern gesteuert und vernetzt („**online**“), Werbung ausstrahlen.² Und sie reicht vom einfachen „**Nasenschild**“, etwa an der Stätte der eigenen Leistung eines Einzelhandelbetriebes, bis hin zum sog. **BlowUp-Poster**, einem Riesenposter im sog. urbanen Raum, das Formate von 120 m² (10 m × 12 m), 144 m² (12 m × 12 m) oder sogar 225 m² (15 m × 15 m) aufweisen kann. Außenwerbung kann **Eigenwerbung** oder – dies vor allem – **Fremdwerbung** sein. Sie kann **gewerblich, handwerklich, beruflich, gemeinnützig, religiös, politisch** sein.

Außenwerbung ist für eine breite interessierte Öffentlichkeit gedacht. Sie wartet in einer die Aufmerksamkeit lenkenden Weise dort, wo eine Vielzahl von ansprechbaren Menschen als sog. **Rezipienten** (Werbungsempfänger) unterwegs ist. Sie ist vor allem für die (gewinnorientierte) Wirtschaft als Teil der sog. kommerziellen Kommunikation von hervorgehobener Bedeutung. **Kommerzielle Kommunikation** hat jede Form der Kommunikation zum Inhalt, welche der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren, Dienstleistungen oder des Erscheinungsbildes

eines Unternehmens, einer sonstigen Organisation oder einer natürlichen Person dient, die eine Tätigkeit im Handel, Gewerbe, Handwerk oder einen freien Beruf als Arzt, Rechtsanwalt, Steuerberater, Architekt u. Ä. m. ausübt.

Außenwerbung tritt neuerdings auch als hochwertige und in optisch-bauästhetischer Hinsicht ansprechende **Stadtmöblierung im öffentlichen Verkehrsraum** auf; Stadtmöbel können allein für Werbezwecke geschaffen werden. Dies belegen beispielhaft die klassischen City-Light-Poster (CLP), City-Light-Säulen (CLS; Litfaß-Säulen), City-Light-Boards (CLB), die urbanen BlowUp- (Riesen-) Poster sowie die Wartehallen und City-Toiletten mit integrierten Werbeflächen, die Recycling-Behälter mit hinterleuchteter Plakatwerbung, auch die Stadtinformationsanlagen.

Die lokalen Werberechte Privater auf öffentlichem Grund und Boden (**Stadtmöblierungsrechte**) werden von den Städten und von den Gemeinden zunehmend durch (wirksame) Verwaltungsverträge (§§ 54 Satz 2 und 56 I LVwVfG; **sog. Werbe-, Sondernutzungsverträge**) und vergaberechtlich durch sog.

Dienstleistungskonzessionen an private Werbeunternehmen vergeben (Text Rn 239 ff.). So bietet z. B. die bundesweit bekannte **Firma Wall GmbH**,³ ein deutsches (Filial-) Unternehmen der französischen **JCDecaux SA Gruppe**⁴ mit Sitz in Berlin, den Städten und Gemeinden im Rahmen von Verträgen individuell konzipierte Stadtmöbel an, die sie kostenfrei installiert, reinigt und wartet (**„Alles-aus-einer-Hand-“ System**). Das Unternehmen refinanziert die kostenfreien Produkte und Dienstleistungen über die Vermarktung der in die Stadtmöbel integrierten Werbeflächen. Darüber hinaus werden die Städte und Gemeinden an den Einnahmen der Außenwerbung beteiligt.

Außenwerbung kann auch – und dies nicht selten – in der Form des sog. **wilden Plakatierens vorkommen**, nämlich durch unbefugtes Anbringen von Plakaten auf dafür nicht vorgesehenen Flächen (**Werbung in Form von bloßen Anschlägen**). Diese Art von Werbung gehört bewusst nicht zu den Werbeanlagen im Sinne der LBO (§ 2 IX 3 Nr. 2 LBO). Sie ist dem allgemeinen Polizeirecht vorbehalten. Insoweit sind die **Ortspolizeibehörden der Gemeinden** in Baden-Württemberg ermächtigt, durch **Polizeiverordnungen** (§ 17 PolG 2020)⁵ und ggf. durch **Einzelmaßnahmen** (§§ 1 und 3 PolG 2020) dagegen einzuschreiten (Text Rn 39). Im Übrigen kann sich wildes Plakatieren **strafrechtlich** als **Sachbeschädigung** wegen unbefugter Veränderung des Erscheinungsbildes einer fremden Sache erweisen (§ 303 II StGB), was ordnungsrechtlich mit einer **Störung der öffentlichen Sicherheit** (§ 1 PolG 2020) verbunden ist. Und es kann **zivilrechtlich Unterlassungs- bzw. Beseitigungsansprüche** (§ 1004 BGB) begründen (vgl. Text Rn 40).

Eine besondere Art von Werbung ist das branchenüblich so bezeichnete **Guerilla-Marketing** vor allem als **Marketing-Mix**, dessen geistiger Vater der US-amerikanischen Marketing-Experte **Jay C. Levinson**⁶ ist. Damit werden ungewöhnliche Vermarktungsaktionen bezeichnet, die mit geringem Mitteleinsatz eine große (Werbe-) Wirkung versprechen (vgl. Text Rn 47). Es gibt darüber hinaus unterschiedliche **Guerilla-Marketing-Taktiken**, die von Mund-Propaganda bis hin zur Schleichwerbung reichen.

Neuartig ist das **Air Touch Window**, eine interaktive Schaufensterwerbung, die branchenüblich zur **Out-of-Home Media** (Outdoor Media) und damit zur Außenwerbung gerechnet wird (Text Rn 44). Neuartig sind

auch die gelegentlich vorkommenden sog. **Moving Boards**, die ausschließlich zu **verkehrsfremden (d. h. Werbungs-) Zwecken** eingesetzt werden und die deshalb als straßen- und wegerechtliche Sondernutzung zu qualifizieren sind (Text Rn 233).

Das **Recht der Außenwerbung** ist – und dies vor allem – **Bestandteil des öffentlichen Baurechtes**. Das **öffentliche Baurecht** zerfällt in das (bundesrechtliche) allgemeine und besondere **Städtebaurecht** (Text Rn 109 ff.) einerseits und in das (landesrechtliche)

Bauordnungsrecht (Text Rn 13 ff.) andererseits.⁷ Es wird ergänzt durch das sog. **Baunebenrecht** (Text Rn. 91 ff.). Außenwerbung ist deshalb nicht und nicht überall schrankenlos möglich und zulässig. Sie hat mitunter unterschiedliche und verschiedenartige rechtliche (Zulässigkeit-, Zulassungs-) Hürden zu überwinden. Diese Hürden haben sich als (hinderliches) „**Fachrecht**“ (Text Rn 13 ff.) niedergeschlagen

– in verschiedenartigen (Bundes-, Landes-) **Gesetzen**⁸ und **Rechtsverordnungen**,

Achtung

Soweit es hier um **Landesrecht** geht, wird beispielhaft auf das **baden-württembergische Landesrecht** Bezug genommen, das Parallelen zu entspr. Vorschriften in anderen Bundesländern aufweist; die zitierte obergerichtliche Rspr ist deshalb und insoweit nicht auf die Rspr in Baden-Württemberg beschränkt. Auch die angefügten Literaturnachweise sind länderneutral.

– in bestehenden (rechtswirksamen) städtebaurechtlichen (Administrativ-) **Satzungen der Städte und Gemeinden**, namentlich in Bebauungsplänen als Festsetzungen (§§ 9 und 30 BauGB), in Vorschriften aufgrund von Sanierungssatzungen (§§ 142 I 1 und 144 I

1 BauGB) und aufgrund von Erhaltungssatzungen (§§ 172 I 1, I 2, III und 173 BauGB) sowie in bauordnungsrechtlichen Örtlichen Bauvorschriften der Gemeinden (ÖBauV; § 74 I 1 Nr. 1, I 1 Nr. 2 LBO) und in denkmalrechtlichen **Gesamtanlagen- (Ensemble-) Schutzsatzungen** der Gemeinden (§ 19 DSchG).

Das **Recht der Außenwerbung** kann deshalb durchaus als fachübergreifendes **Querschnittsrecht** (Text Rn 9 f.) bezeichnet werden.

Das dem **allgemeinen Städtebaurecht** angehörende flächenbezogene sog. **Bebauungsrecht** (§§ 29 bis 38 BauGB, BauNVO; Text Rn 109 ff.) enthält materielle Anforderungen auch an bauliche Anlagen der Außenwerbung (bauliche Werbeanlagen), die als **eigenständige bebauungsrechtliche Vorhaben** (§ 29 I BauGB)⁹ zu betrachten sind und die als Vorhaben vor allem an den hinderlichen Festsetzungen eines Bebauungsplanes (§ 30 BauGB), an Beeinträchtigungen des Ortsbildes in den sog. faktischen Bebauungsbereichen (§ 34 I 2 BauGB)¹⁰ und als sonstige Vorhaben an beeinträchtigten öffentlichen Belangen im Außenbereich (§ 35 II, III, V 1 BauGB) scheitern können.

Das **Bebauungsrecht** wird - in negativer Hinsicht - ergänzt sowohl durch das **Veränderungssperrenrecht** (§§ 14, 16 bis 18 BauGB, Text Rn 147 ff.), das zum Erlass von (Gemeinde-) Satzungen ermächtigt, als auch durch das **Zurückstellungsrecht** (§ 15 I 1, III BauGB; §§ 9 und 22 LVwVfG), die beide (alternativ) zur Sicherung einer bestimmten, bereits hinreichend konkretisierten und zulässigen gemeindlichen Bauleitplanung ab dem wirksam gefassten und bekannt gemachten Planeinleitungsbeschluss (§ 2 I 2 BauGB) - zeitlich beschränkt - vorhabenhindernd eingesetzt werden können. Und es kann bei Bedarf darüber hinaus ergänzt werden

durch Satzungen der Gemeinden insb. über förmlich festgelegte Sanierungsgebiete (§ 142 I BauGB; Text Rn 159 ff.) bzw. über Erhaltungsgebiete (§ 172 BauGB; Text Rn 168 ff.), die dem **besonderen Städtebaurecht** zugeordnet sind und die sich gleichfalls vorhabenhindernd auswirken können.

Das (anlagen-, objektbezogene) **Bauordnungsrecht** (Text Rn 13 ff.) enthält sowohl formell-rechtliche als auch materiell-rechtliche Anforderungen an **Anlagen der Außenwerbung** (Werbeanlagen), die in den Bauordnungen der einzelnen Bundesländer im Grundsatz identische inhaltliche Aussagen treffen, zumal sie an der ständig aktualisierten **Musterbauordnung (MBO) der Bauministerkonferenz (ARGEBAU)**¹¹ ausgerichtet sind. Die MBO selbst ist kein Gesetz und hat auch sonst keine rechtlichen Auswirkungen. Sie ist lediglich als Vorschlag und Anregung gedacht; sie soll dazu dienen, die kraft Verfassung dem Landesrecht unterliegenden Bauordnungen der einzelnen Bundesländer (vgl. Art. 72 I GG) zu vereinheitlichen, was bisher nur in Ansätzen gelungen ist (zu **Werbeanlagen** vgl. § 10 MBO). Die einzelnen Bauordnungen enthalten dann auch im Wesentlichen inhaltlich und strukturell übereinstimmende Vorschriften; sie unterscheiden sich nur in mehr oder weniger deutlichen Einzelheiten.¹² Im Übrigen ist das **öffentlichen Baurecht** insgesamt offen, rechtsverbindliche Regelungen über Werbeanlagen in anderen Rechts- und Fachgebieten, vor allem natur- und landschaftsschutz- sowie denkmalschutz- und straßenrechtliche Regelungen ergänzend bzw. aufdrängend hinzunehmen (vgl. § 29 II BauGB).

Das **Recht der Außenwerbung** ist nicht nur in **rechtlicher Hinsicht**, und zwar vor allem wegen der vielfach vorkommenden unbestimmten und auslegungsbedürftigen Rechtsbegriffe (z. B. Begriffe, wie

Verunstaltungen als handgreifliche Negation des Schönen,¹³ erhebliche Beeinträchtigungen eines Erscheinungsbildes), sondern auch aus **tatsächlicher (beweiserheblicher) Sicht der Dinge** geeignet, (entscheidungserhebliche) Zweifelsfragen aufzuwerfen. Eine fast unübersehbare Zahl an (verwaltungs-) gerichtlichen Entscheidungen aller Instanzen in allen Bundesländern belegen diesen nicht ganz einfach zu bewältigenden Rechtsbefund.

Dieses Buch ist das mediale Ergebnis von richterlich gewonnenen Erfahrungen und Erkenntnissen sowie von – über einen langen Zeitraum – häufig wiederkehrenden Fachveranstaltungen für die Aus- und für die Fortbildung von Praktikern vor allen in Baden-Württemberg. Es soll allen denjenigen, die es mit dem „**Recht der Anlagen-Außenwerbung**“ gewerblich, handwerklich, beruflich, beratend, behördlich, privat oder in sonstiger Weise – und dies nicht nur in Baden-Württemberg – zu tun haben, zum Nutzen gereichen. Dazu soll die systematische Darstellung dieses umfassenden und vielschichtigen Querschnittrechtsgebietes als Orientierungshilfe in der hier geboten gedrängten Darstellung beitragen.¹⁴

Der Autor ist für alle weiterführenden Hinweise sowie für Fragen und Antworten aus der praktischen Arbeit dankbar und – dies vor allem – kritischen Anregungen gegenüber stets offen. Bitte wenden Sie sich an:

W. Kohlhammer GmbH
Lektorat Recht und Verwaltung
Heßbrühlstr. 69
70565 Stuttgart
E-Mail: recht@kohlhammer.de

Im Januar 2021
Karlheinz Schlotterbeck

Übersicht

Vorwort

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungen

Literatur

Teil A Einführung

Teil B (Landes-) Bauordnungsrecht

Teil C Allgemeines Städtebaurecht - (Bundes-)

Bebauungsrecht -

Teil D Besonderes Städtebaurecht

Teil E (Landes-) Denkmalrecht

Teil F (Bundes-, Landes-) Naturschutz- und

Landschaftspflegerecht

Teil G (Bundes-, Landes-) Straßen- und Wegerecht; -

Landeseisenbahnrecht

Teil H (Bundes-) Straßenverkehrsrecht

Teil I (Bundes-) Immissionsschutzrecht

Teil J Landesglücksspielrecht

Teil K (Bundes-, Landes-) Wasserrecht

Teil L Ausgewählte und redaktionell ergänzte

Gesetzestexte

Stichwortverzeichnis

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Abkürzungen

Literatur

Teil A Einführung

I. Außenwerbung; geschichtliche Entwicklung

II. Außenwerbung - Begriff, Inhalt, Arten, Bestandteile

1. Begriff
2. Inhalt, Arten
3. Bestandteile - Werbemittel, Werbeträger

III. Außenwerbung - Querschnittsrecht

1. Allgemeines
2. Orientierende Übersicht

IV. Außenwerbung; Europäisches Unionsrecht

Teil B (Landes-) Bauordnungsrecht

I. Werbeanlagen

1. LBO; sachlicher Anwendungsbereich
 - a) Regel
 - b) Ausnahme
2. Rechtsbegriff
 - a) Allgemeines
 - b) Merkmale
 - aa) Externes Merkmal
 - bb) Statisches Merkmal
 - cc) Visuelles Merkmal
 - dd) Funktionales Merkmal
3. Arten
4. Nicht-Werbeanlagen im Sinne des Bauordnungsrechtes (§ 2 IX 3 LBO)
 - a) Allgemeines
 - b) Wahl-, Abstimmungskampfwerbung (Nr. 1)

- c) Werbeanlagen in Form von (bloßen) Anschlägen als Werbemittel (Nr. 2)
 - aa) Allgemeines
 - bb) Sog. wildes Plakatieren
- d) Vorhabenbezogene Baustellenwerbung (Nr. 3)
- e) Lichtwerbungen an dafür baurechtlich genehmigten Säulen, Tafeln oder Flächen (Nr. 4)
- f) Auslagen und Dekorationen in Schaufenstern und Schaukästen (Nr. 5)
- g) Werbemittel an Verkaufsstellen für Zeitungen und Zeitschriften (Nr. 6)
- 5. Sog. Guerilla-Marketing (Marketing-Mix)

II. Verfahrens- (formell-) rechtliche Regelungen

1. Baugenehmigungspflichtige Werbeanlagen als Vorhaben
2. Formale Anspruchs- (Ermächtigungs-) Grundlagen im traditionellen und im vereinfachten Baugenehmigungsverfahren sowie im Bauvorbescheidsverfahren
3. Baurechtliches Kenntnissgabeverfahren
4. Werbeanlagen; Bauvorlagen (§ 13 LBOVVO)

III. Materiell-rechtliche Regelungen

1. Allgemeines
2. Baugestaltungsrecht
 - a) Verfassungsrechtliche Zuordnung
 - b) Umgebungsbezogenes Verunstaltungsverbot
 - aa) Zuordnung zum Landesbaurecht
 - bb) Baugestaltungsrechtliches Schutzgut
 - cc) Verunstaltung; Begriff
 - dd) Sog. Idealbetrachter
 - ee) Sog. störende Häufung
 - c) Isoliertes anlagenbezogenes Verunstaltungsverbot
 - d) Positive Bau- (Gestaltungs-) Pflege
 - e) Sog. optisch-bauästhetisches Rücksichtnahmegebot

- f) Baugebietsbezogene allgemeine bauordnungsrechtliche Ausschlussklausel
 - aa) Allgemeines
 - bb) Für Anschläge bestimmte Werbeanlagen
 - cc) Werbeanlagen an der Stätte der (eigenen) Leistung
- 3. Bau- und Nutzungssicherheitsrecht
- 4. Abstandsflächenrecht
 - a) Abstandsflächengebot; Abstandsflächen-Lagegebot
 - aa) Regel
 - bb) Tatbestandliche Ausnahme
 - b) Abstandsflächen-Freihaltungsgebot

Teil C Allgemeines Städtebaurecht - (Bundes-) Bebauungsrecht -

I. Allgemeines

II. Bauliche Anlage als Vorhaben (§ 29 I BauGB); eigenständiger Begriff des Bebauungsrechtes

III. Baugebiets-, Nutzungsart

- 1. Festgesetztes und faktisches BauNVO-Baugebiet
 - a) Regel
 - b) Baunutzungsrechtliche Abweichungsfestsetzungen
 - aa) Allgemeines
 - bb) Horizontale Gliederung der Baugebiete
 - cc) Ausschluss und Umwandlung bestimmter „allgemein zulässiger“ „Arten von Nutzungen“
 - dd) Ausschluss und Umwandlung von nur „ausnahmsweise zulässigen Nutzungen und -Anlagen“
 - ee) Ausschluss und Umwandlung von „Arten von Anlagen“
- 2. Faktischer Bebauungsbereich; diffuses Baugebiet (§ 34 I 1 BauGB)
 - a) Faktisches Harmoniegebot
 - b) Beeinträchtigung des Ortsbildes

IV. Nutzungsmaß (Bauvolumen, Fläche, Höhe)

V. Überbaubare (überbaute) Grundstücksflächen

VI. Veränderungssperren (-satzungen)

1. Allgemeines
2. Mustersatzung

VII. Außenbereich

VIII. Einvernehmen der Gemeinde

1. Erforderlichkeit (§ 36 BauGB)
2. Verweigerungsbefugnis der Gemeinde
3. Ersetzungsbefugnis der (Bau-) Genehmigungsbehörde (§ 36 II 3 BauGB; § 54 IV LBO)

Teil D Besonderes Städtebaurecht

I. Sanierungsrecht

1. Allgemeines
2. Doppelte Anlagengenehmigungen
3. Mustersatzung

II. Erhaltungsrecht

1. Allgemeines
2. Mustersatzung

III. Stadtumbaurecht

IV. BID-Recht

Teil E (Landes-) Denkmalrecht

I. Allgemeiner Schutz von Kulturdenkmalen kraft Gesetzes

1. Kulturdenkmal; Begriff
2. Genehmigungspflichtigkeit; Zustimmungsbefähigung
3. Genehmigungs-, Zustimmungsfähigkeit

II. Eingetragene Kulturdenkmale; zusätzlicher behördlicher Schutz

1. Eingetragenes Kulturdenkmal (eKD)
2. Genehmigungspflichtigkeit
3. Genehmigungsfähigkeit

III. (Gemeinde-) Satzungen über den Schutz von Gesamtanlagen (sog. Ensemble-Schutz)

1. Allgemeines
2. Mustersatzung

Teil F (Bundes-, Landes-) Naturschutz- und Landschaftspflegerecht

I. Allgemeines Naturschutzrecht

1. Regelfall; Verbot
2. Ausnahmezulassung bzw. Ausnahmegewilligung
 - a) Widerrufliche Ausnahmezulassung
 - b) Widerrufliche Ausnahmegewilligung
 - c) Ersetzungswirkung der Baugenehmigung
 - d) Bestehende unzulässige Werbeanlagen (§ 3 II BNatSchG; § 4 I NatSchG)

II. Besonderes Naturschutzrecht

Teil G (Bundes-, Landes-) Straßen- und Wegerecht; - Landeseisenbahnrecht

I. Regelungsgegenstände

II. Sondernutzung

1. Straßenrechtliche Erlaubnis; Erfordernis
2. Baugenehmigung; Erfordernis
3. Besondere straßenrechtliche Befugnisnorm
4. Gemeingebrauch/Sondernutzung
5. Insbesondere: bloße Werbefahrten; „Moving Boards“
6. Sondernutzungsgebühren
7. Sog. Werbe- (Sonder-) Nutzungsverträge
 - a) Öffentlich-rechtlicher Vertrag; Dienstleistungskonzession
 - b) Anwendbarkeit des Teiles 4 GWB bei Überschreiten des sog. Schwellenwertes
 - c) Vergabe von Dienstleistungskonzessionen im sog. Unterschwellenbereich

III. Anbaubeschränkungen

1. (Landes-) Straßengesetz (StrG)
 - a) Allgemeines
 - b) Straßenrechtliches Anbauverbot
 - c) Straßenrechtliche Zustimmungsbedürftigkeit

d) Beachtlichkeit von straßenrechtlichen Belangen

e) Sonderfall

2. Bundesfernstraßengesetz (FStrG)

a) Fernstraßenrechtliches Anbauverbot

b) Fernstraßenrechtliche Zustimmungsbefugnisse

c) Beachtlichkeit von fernstraßenrechtlichen Belangen

d) Sonderfall

3. Übersicht

IV. Landes-Eisenbahnrecht

Teil H (Bundes-) Straßenverkehrsrecht

I. Regelungsgegenstände

II. Werbung außerhalb geschlossener Ortschaften

III. Werbung innerhalb geschlossener Ortschaften

IV. Verwechslungsgefahr

V. Straßenverkehrsrechtliche Ausnahmegenehmigungen

Teil I (Bundes-) Immissionsschutzrecht

I. Schädliche Umwelteinwirkung; Licht

II. Befugnisnormen

III. Beachtlichkeit im Baugenehmigungsverfahren

Teil J Landesglücksspielrecht

I. Allgemeines

II. Spielhallenwerbung

III. Beachtlichkeit im Baugenehmigungsverfahren

Teil K (Bundes-, Landes-) Wasserrecht

I. Festgesetzte Überschwemmungsgebiete
Wasserrechtliche Unzulässigkeit

II. Ausnahmegenehmigung

III. Gewässerrandstreifen

1. Wasserrechtliche Unzulässigkeit
2. Befreiung

Teil L Ausgewählte und redaktionell ergänzte Gesetzestexte

I. Landesbauordnung für Baden-Württemberg - LBO

II. Denkmalrecht

Denkmalschutzgesetz - DSchG

III. Naturschutz- und Landschaftspflegerecht

1. Naturschutzgesetz - NatSchG 2020
2. Nationalparkgesetz - NLPG

IV. Straßen- und Wegerecht

Straßengesetz - StrG

V. Straßenverkehrsrecht

Straßenverkehrs-Ordnung - StVO

VI. Immissionsschutzrecht

Bundes-Immissionsschutzgesetz - BImSchG

VII. Landesglücksspielrecht

Landesglücksspielgesetz - LGlüG

VIII. Wasserrecht

1. Wasserhaushaltsgesetz - WHG
2. Wassergesetz für Baden-Württemberg - WG

Stichwortverzeichnis

Abkürzungen

<a>	abweichende Bauweise (BauNVO)
A	Fläche (lat.: area)
a. A.	andere Auffassung
AAB (Akronym)	A bweichungs-, A usnahmezulassung, B efreiung
a. a. O.	am angegebenen Ort (Literatur)
Abb.	Abbildung
a. E.	am Ende
a. F.	alte (frühere), durch eine Änderung überholte Fassung einer Rechtsvorschrift
a. M.	andere Meinung
abgedr.	abgedruckt
abl.	ablehnend
ABl.	Amtsblatt
Abs.	Absatz
Abschn.	Abschnitt
abw.	abweichend
ÄBW	Ärzteblatt BW
AEG	Allgemeines Eisenbahngesetz
AEUV	Vertrag über die Arbeitsweise der EU
Alt.	Alternative
amtl.	amtlich
ÄndG	Änderungsgesetz
ÄndVO	Änderungsverordnung (Land)
ÄndV	Änderungsverordnung (Bund)
Anm.	Anmerkung
AO	Abgabenordnung
ARGEBAU	Arbeitsgemeinschaft der Bauministerkonferenz der Bundesländer

Aufl.	Auflage
AVO, AV	Ausführungsverordnung (Land, Bund)
AVV	Allgemeine Verwaltungsvorschrift
	besondere Bauweise (BauNVO)
BauGB	Baugesetzbuch
BauGB/DVO	Durchführungsverordnung zum BauGB (BW)
BauNVO	Baunutzungs-Verordnung 2017
BauO	Bauordnung
BauPV/EU	Bauproduktenverordnung/EU
BauR	Baurecht (Zeitschrift)
BayBO	Bayerische Bauordnung
BayVBl	Bayerische Verwaltungsblätter (Zeitschrift)
BayVGH	Bayerischer Verwaltungsgerichtshof mit Sitz in München
BB	Berlin-Brandenburg
BeckOK	Beck'scher Online-Kommentar
Bek.	Bekanntmachung
ber.	berichtigt
Beschl.	Beschluss
Bespr.	Besprechung
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BGH	Bundesgerichtshof
BGHZ	Amtliche Sammlung BGH-Entscheidungen Zivilsachen
BImSchG	Bundes-Immissionsschutzgesetz
BImSchV	Bundes-Immissionsschutzverordnung
Beschl.	Beschluss
Bl.	Blatt
Bln	Berlin

BMZ	Baummassenzahl (BauNVO, Nutzungsmaß)
BNatSchG	Bundesnaturschutzgesetz
BRB	Baurechtsreferenten-Besprechung
BR-Drucks.	Bundesrat-Drucksache
BRS	Baurechtssammlung
BT-Drucks.	Bundestag-Drucksache (Gesetzesbegründungen)
Buchst.	Buchstabe
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	Amtliche Sammlung der Entscheidungen des BVerfG
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
BVerwGE	Amtliche Sammlung der Entscheidungen des BVerwG
BW, bw	Baden-Württemberg, baden- württembergisch
BWGZ	Die Gemeinde (baden-württembergische Gemeindezeitschrift)
BY	Bayern
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
cm	Zentimeter
d. h.	das heißt
ders.	derselbe
DIBt	Deutsches Institut für Bautechnik mit Sitz in Berlin
DOOH (Akronym)	Digitales Out-of-Home
DÖV	Die Öffentliche Verwaltung (Zeitschrift)
DSchG	Denkmalschutzgesetz (BW)
dt.	deutsch

DV	Durchführungsverordnung (Bund)
DVBl	Deutsches Verwaltungsblatt (Zeitschrift)
DVO	Durchführungsverordnung (Land)
DVP	Deutsche Verwaltungspraxis (Zeitschrift)
EBO	Eisenbahn-Betriebsordnung
Ed.	Edition
EG	Europäische Gemeinschaft
Einf	Einführung
entspr.	entsprechend
E-Plan	Einfacher Bebauungsplan (§ 30 III BauGB)
Erl.	Erlass
EU	Europäische Union
evtl.	eventuell
f., ff.	fortfolgende (Paragrafen, Seiten)
FStrG	Bundesfernstraßengesetz
Flst.-Nr.	Flurstück-Nummer (Liegenschaftskataster)
FN	Fußnote, Anmerkung
<g>	geschlossene Bauweise
G	Gesetz
GABl	Gemeinsames Amtsblatt (BW)
GBl.	Gesetzblatt für BW
GE	Gewerbegebiet (BauNVO)
gem.	gemäß
GemO	Gemeindeordnung für Baden- Württemberg
GemRdErl	Gemeinsamer Runderlass
GewArch	Gewerbearchiv (Zeitschrift)
GG	Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland

ggf.	gegebenenfalls
GI	Industriegebiet (BauNVO)
GlüÄndStV	Glücksspieländerungsstaatsvertrag
GlüStV	Glücksspielstaatsvertrag
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GQP	(Landes-) Gesetz zur Stärkung der Quartiersentwicklung durch Privatinitiative (BW)
GRS	Gewässerrandstreifen
GWB	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen
Hbg	Hamburg, hamburgisch
HBO	Hessische Bauordnung
HessVGH	Hessischer VGH mit Sitz in Kassel
h. M.	herrschende Meinung
Halbs.	Halbsatz
hins.	hinsichtlich
Hrsg.	Herausgeber
IBR	Immobilien und Baurecht (Zeitschrift)
i. d. F.	in der Fassung
i. d. R.	in der Regel
i. d. S.	in diesem Sinne
i. E.	im Ergebnis
i. S.	im Sinne des
i. S. v.	im Sinne von
i. V. m.	in Verbindung mit
IM	Innenministerium (Baden-Württemberg)
inkl.	inklusive (einschließlich)
insb.	insbesondere
JA	Juristische Arbeitsblätter

Jura	Juristische Ausbildung (Zeitschrift)
<juris>	Juristisches Informationssystem für die Bundesrepublik Deutschland
jurisPR	jurisPraxisReport
JuS	Juristische Schulung (Zeitschrift)
Justiz	Die Justiz (Zeitschrift)
Kfz	Kraftfahrzeug
KommunalPraxis	Zeitschrift für Verwaltung, Organisation und Recht Bayern
BY	
KonzVgV	Konzessionsvergabe-Verordnung (Bund)
krit.	kritisch
KVR	Konzessionsvergabe-RL (RL 2014/23/EU)
LEisenbG	Landeseisenbahngesetz
LBO	Landesbauordnung für Baden-Württemberg
LBOAVO	Allgemeine Ausführungsverordnung zur LBO (BW)
LBOVVO	Verfahrensverordnung zur LBO (BW)
LGlüG	Landesglücksspielgesetz (BW)
Lika	Liegenschaftskataster
Lit.	Literatur
LKRZ	Zeitschrift für Landes- und Kommunalrecht Hessen, Rh-Pf, Saarland (eingestellt)
Ls	Leitsatz
LSA	Land Sachsen-Anhalt
LSchGebVO	Landschaftsschutzgebietsverordnung
LT-Drucks.	Landtagsdrucksache (BW)
LVwVfG	Landes-Verwaltungsverfahrensgesetz (BW)

m	Meter
m ²	Quadratmeter
M	baugebietsabhängiger Multiplikator; AFT
m. a. W.	mit anderen Worten
m. N.	mit Nachweisen
MBO 2019	IS-ARGEBAU Musterbauordnung 2019 (Stand 22.2.2019)
MD	Dorfgebiet (BauNVO)
MI	Mischgebiet (BauNVO)
mindest.	mindestens
MK	Kerngebiet (BauNVO)
MU	Urbanes Gebiet (BauNVO)
n. v.	nicht veröffentlicht
N.	Nachweise
NatSchG	Naturschutzgesetz (BW)
NBauO	Niedersächsische Bauordnung
NdsOVG	Niedersächsisches OVG mit Sitz in Lüneburg
NJOZ	Neue Juristische Online-Zeitschrift
NJW	Neue Juristische Wochenschrift (Zeitschrift)
NJW-RR	NJW-Rechtsprechungsreport Zivilrecht (Zeitschrift)
Nr.	Nummer
NStZ	Neue Zeitschrift für Strafrecht
NVwZ	Neue Zeitschrift für Verwaltungsrecht
NVwZ-RR	NVwZ-Rechtsprechungsreport (Zeitschrift)
NW	Nordrhein-Westfalen
NZBau	Neue Zeitschrift für Baurecht und Vergaberecht

<0>	offene Bauweise
OBS	Ortsbausatzung
ÖBauV	örtliche Bauvorschrift (§ 74 LBO)
OOH (Akronym)	Out-of-Home Media
Ord.-Nr.	Ordnungs-Nummer
OVG BB	OVG Berlin-Brandenburg mit Sitz in Berlin
OVG NW	OVG für NW mit Sitz in Münster (Westfalen)
OVG RP	OVG für RP mit Sitz in Koblenz
OVG	Oberverwaltungsgericht
Pkw	Personenkraftwagen
PolG	Polizeigesetz (BW)
PolVO	Polizeiverordnung
PrOVG	Preußisches Oberverwaltungsgericht
Q-Plan	Qualifizierter Bebauungsplan (§ 30 I BauGB)
RegBl	Regierungsblatt
RL	Richtlinie
Rn	Randnummer
RP	Rheinland-Pfalz
Rspr	Rechtsprechung
RVO	Rechtsverordnung; vgl. auch VO und DVO
S.	Seite, Satz
s.	siehe
SächsBO	Sächsische Bauordnung
SächsOVG	Sächsisches Oberverwaltungsgericht mit Sitz in Bautzen
SächsVBl	Sächsische Verwaltungsblätter