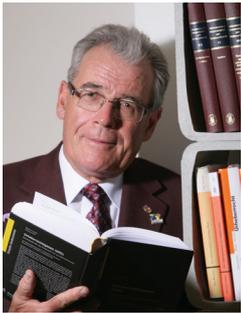


Das diskriminierte Rechtsgut in der Werbung



Dr. iur. Bruno Glaus
Rechtsanwalt
und Mitglied des
Verwaltungsrates
von mediatonic sa

Dr. iur. Bruno Glaus
ist Rechtsanwalt
in Uznach
(www.glaus.com)
und Mitglied des
Verwaltungsrates von
mediatonic sa. Im
Spezialgebiet Werbe-
und Kunstrecht hat er
mehrere Fachbücher
veröffentlicht.

Im mediatonic Report Nr. 15 war von den „werbefreien Autobahnen“ in der Schweiz die Rede. Davon, dass es beim Werbeverbot nicht um Verkehrssicherheit geht (wie im Gesetz verankert), sondern vielmehr um Landschaftsschutz. Werbung wird von der zuständigen Behörde (Bundesamt für Strassen - Astra) als ästhetische Umweltverschmutzung betrachtet. Nun ist die Schweiz seit einigen Monaten den Autobahnen entlang noch sauberer geworden. Nach einem vom Bund (Astra) vorgegebenen Format.

Für das „Alpamare“ darf jetzt entlang der A 3 nicht mehr geworben werden. Das war früher geduldete kommerzielle Werbung für ein Unternehmen. Erlaubt sind heute nur noch „Willkommenstafeln“ („Willkommen im Kanton Bern“) oder „Ankündigungstafeln“, die auf „touristische Ziele oder Regionen“ hinweisen. So das Schild „Insel Ufenau – Holzsteg Seedamm“ oder „Walensee - Sarganserland“. Auch der Hinweis „Kloster Einsiedeln“ ist zulässig.

Geregelt ist die Materie in der der „Weisung über die touristische Signalisation an Autobahnen und Autostrasse“ vom 14. Mai 2012. Mehrere Jahre hat man in Bern daran gearbeitet. Zehn Jahre dauerte die Umsetzung. Das Positive daran: Jetzt haben auch „Kantone des vorseilenden Gehorsams“, die bisher gar nichts hatten, ihre Tafeln. Einheitlich. Nach gleichem Muster gestaltet. Es geht, wie im Report Nr. 15 aufgezeigt, nicht um Verkehrssicherheit, es geht um Landschaftsschutz.

Auch ausserhalb der Nationalstrassen geht es bei den Werbevorschriften für Strassenreklamen nicht in erster Linie um Verkehrssicherheit, sondern vorwiegend um Landschaftsschutz und Ortsbildschutz. Reklamen sind grundsätzlich bewilligungspflichtig. Allenfalls braucht es gar eine Baubewilligung. Dann entscheidet vorweg die Denkmalpflege, nicht die Verkehrspolizei. Ortsbildschutz wird noch höher gewichtet als Verkehrssicherheit. Dazu ein Beispiel: Einem Optik-Unternehmen in einem Städtchen wurde eine Bewilligung für die temporäre zebraartige Gestaltung eines Sockelgeschosses nicht bewilligt. Das Gesuch wurde von der kantonalen Denkmalpflege (!) abgeschmettert. Begründung: Auch eine temporäre (i.c. vierwöchige) „Oberflächenveredelung“ sei „keinesfalls ortsbildverträglich“. Der Gemeinderat schloss sich dieser Meinung untertänig an. Die Verkehrspolizei musste gar nicht mehr Stellung nehmen.



Die Vorschriften sind allmählich zu einem unbeschreiblichen Chaos geworden.

Ein jeder kann sich selbst ein Bild machen: Werbung entlang den Staats- und Gemeindestrassen wird höchst uneinheitlich gehandhabt. Um Verkehrssicherheit geht es nicht. Den besten Beweis dafür liefern die Wochen vor Wahlen. Hier ist erlaubt, was sonst verkehrsgefährdend ist. Wahl- und Abstimmungsplakate sind während Wochen ohne Bewilligung zulässig. Zwar müssten sich die Plakatierer dennoch an die Abstands- und Gestaltungsvorschriften halten. Das hält beispielsweise explizit die Berner Regelung fest (siehe BSiG Nr. 7/722.51/1.1, über google abrufbar). Faktisch aber handelt es sich um einen rechtsfreien Raum.

Da die Gemeinden für Gemeindestrassen eigene Vorschriften erlassen dürfen, auch eigene Ästhetikvorschriften, ist das regulatorische Chaos unübersichtlich geworden. In vielen Gemeinden gibt es „interne Dienstanweisungen“, die als rechtsverbindlich angewendet werden. Auffallend ist, dass die Werbung für einen guten Zweck weit grosszügiger behandelt wird als kommerzielle Reklamen. Vor allem die örtlichen Vereine dürfen auf viel Wohlwollen und Wegschauen bauen.

Eine nachvollziehbare, sachlich begründete Praxis lässt sich nicht ausmachen. Ich knüpfte mir vor meiner Haustüre einen neuralgischen Verkehrsknotenpunkt vor (Kreisell mit vier Ausfahrten, Bushaltestelle und Fussgängerstreifen): Für den Igelschutz, für das obligatorische Schiessen und den örtlichen Mai-Markt darf geworben werden, auch das Plakat „Achtung Kinder“ ist erlaubt, obwohl es an dieser Stelle selten Kinder hat (siehe Bilder auf der Folgeseite). An prekärster Stelle, im gefährlichsten Bereich des gemischten Verkehrs, ist das Plakat eine zusätzliche, völlig unnötige Verkehrsablenkung. Aber nicht ortsbildschädigend. Und nicht kommerziell. Nicht bewilligt wurde ein Plakat für die „Aktionswochen gegen Rassismus“. Immerhin durfte man dafür an einem Gebäude in grossen farbigen Lettern werben. Pikant daran: Das Haus steht gleich neben dem Optikergeschäft, das temporär das Sockelgeschoss im Zebra-Look verkleiden wollte. Wie lässt sich die unterschiedliche Praxis erklären? Ganz einfach: Wechsel im Gemeindepräsidium. Der neue Gemeindepräsident schaltete gar nicht erst die Denkmalpflege ein. Man duldet die temporäre Werbung. Es ging ja um eine gute Sache. Gegen Rassismus. Es ging nicht um Kommerzielles. „Es herrscht eine gewisse Willkür – und das ist gut so“, sagt ein



Beamter schonungslos offen. Ich mag diese Offenheit. Weil sie unterstreicht, was der verstorbene Professor René Schaffhauser in seinem Gutachten „Die Suche nach dem geschützten Rechtsgut“ offenlegte. **„Es geht bei den Werbevorschriften entlang von Strassen nicht um Verkehrssicherheit, es geht um Landschafts- und Ortsbildschutz.“**

Wobei die Praxis zeigt: Werbung für einen guten Zweck ist weniger ortsbildschädlich als Werbung für ein kommerzielles Unternehmen. So weist die „Suche nach dem geschützten Rechtsgut“ schliesslich auf ein diskriminiertes Rechtsgut hin.

