Senatsverwaltung für
Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen
Oberste Bauaufsicht

BERLIN

Lesefassung

Verwaltungsvorschriften zu § 10 Bauordnung für Berlin (BauO Bln) – Anlagen der Außenwerbung, Warenautomaten – (VV Werbeanlagen)

Vom 25. September 2026 (ABl. S. 3106)

Inhaltsverzeichnis

Verwaltungsvorschriften zu § 10 Bauordnung für Berlin (BauO Bln) -Anlagen der Außenwerbung, Warenautomaten -(VV Werbeanlagen) 1
I. Allgemeine Vorschriften 2
1. Zweck 2
2. Anwendungsbereich 2
3. Grundsätze 2
II. Begriffsbestimmungen 3
1. Werbeanlagen 3
2. Bauliche Werbeanlagen 3
3. Nicht-bauliche Werbeanlagen 3
4. Nicht kommerzielle Werbung 3
5. Werbung an der Stätte der Leistung 3
III. Bauordnungsrechtliche Anforderungen an Werbeanlagen 4
1. Allgemein 4
2. Keine Verunstaltung (§ 9 BauO Bln, § 10 Absatz 2 Satz 2 BauO Bln) 4
3. Keine störende Häufung (§ 10 Absatz 2 Satz 3 BauO Bln) 4
4. Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs (§ 10 Absatz 2 Satz 2, § 16 Absatz 2 BauO Bln) 5
IV. Anforderungen an besondere Werbeformen 5
1. Werbung an Baugerüsten (§ 10 Absatz 2 Satz 4 und 5 BauO Bln) 5
1.1 Zulässigkeit von Werbung an Baugerüsten 5
1.2. Anforderungen an die Gestaltung der Staubschutzplane 5
1.3. Beleuchtung und Nachtruhe 5
1.4. Zeitliche Befristung und Anzeige werbefreier Zeiten 5
2. Brandwandgestaltungen mit Werbecharakter 6
V. Verfahren 6
1. Genehmigungsverfahren gem. § 63a BauO Bln 6

Herausgeber:
Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen, Referat VI BA – Oberste Bauaufsicht; Fehrbelliner Platz 4, 10707 Berlin-Wilmersdorf; Tel.: +49 30 90139-4352; Fax : +49 30 9028-3244; E-Mail: bauaufsicht@senstadt.berlin.de;
Internet: www.berlin.de/sen/stadt/

2. Verfahrensfreie Werbeanlagen gem. § 61 Absatz 1 Nummer 12 BauO Bln 6
3. Werbeanlagen an und in der unmittelbaren Umgebung von Denkmalen.....6
4. Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland 6
VI. Schlussvorschriften.....7
1. Inkrafttreten 7
Anlagen.....7
Stadtbild Berlin Werbekonzept..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Auf Grund des § 86 Absatz 9 der Bauordnung für Berlin (BauO Bln) vom 29. September 2005 (GVBl. S. 495), die zuletzt durch Gesetz vom 09. Juli 2026 (GVBl. S. 692) geändert worden ist, erlässt die für das Bauwesen zuständige Senatsverwaltung zur Ausführung des § 10 der BauO Bln die folgenden Verwaltungsvorschriften:

I. Allgemeine Vorschriften

1. Zweck

Die Verwaltungsvorschriften dienen der einheitlichen Auslegung und Anwendung des § 10 BauO Bln durch die Bauaufsichtsbehörden und konkretisieren die Anforderungen an Werbeanlagen, um negative Auswirkungen von Werbung auf das Stadtbild zu begrenzen, Verunstaltungen zu vermeiden, gesunde Wohnverhältnisse zu sichern, die Sicherheit des Verkehrs zu gewährleisten und künstlerische und kulturelle Belange zu berücksichtigen.

2. Anwendungsbereich

Die Verwaltungsvorschriften gelten für alle Werbeanlagen im Sinne des § 10 BauO Bln, die im Land Berlin errichtet, geändert oder betrieben werden. Hierzu zählen auch Werbeanlagen in Fenstern und Schaukästen, wenn sie durch digitale Vorrichtungen, wie z.B. Bildschirme, gezielt auf den Außenraum einwirken.

3. Grundsätze

Die Bauaufsichtsbehörden entscheiden über die Zulässigkeit von Werbeanlagen unter Berücksichtigung der folgenden Grundsätze: Werbung muss im Einklang mit dem Stadtbild, der Umgebung und den Wohnverhältnissen stehen, wobei die Kriterien zur ortsabhängigen Errichtung dem „Stadtbild Berlin Werbekonzept“ entnommen werden sollen. Zudem ist die Vermeidung von visueller Überlastung zu beachten. Schließlich ist die Verkehrssicherheit zu gewährleisten, indem Ablenkungen oder Gefährdungen des Straßenverkehrs vermieden werden.

II. Begriffsbestimmungen

1. Werbeanlagen

Anlagen der Außenwerbung (Werbeanlagen) sind nach § 10 BauO Bln alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Plakate, Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettelanschläge und Bogenanschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.
Anlagen mit rein künstlerischen, abstrakten oder neutralen Gestaltungen ohne Bezug zu einem Unternehmen oder Produkt (z.B. Murals, Kunst am Bau) stellen keine Werbeanlagen dar. Enthalten sie werbliche Elemente, gelten sie insgesamt als Werbeanlage. Als werbliche Elemente gelten insbesondere Markenlogos, Unternehmensnamen, Produktabbildungen oder Slogans und Gestaltungselemente, die aufgrund typischer Formen oder Farben einem Unternehmen zugeordnet werden können.

2. Bauliche Werbeanlagen

Erfüllt eine Werbeanlage die Merkmale des § 2 Absatz 1 Satz 2 BauO Bln ist sie eine bauliche Anlage. Danach sind bauliche Anlagen mit dem Erdboden verbundene, aus Bauprodukten hergestellte Anlagen. Hierzu zählen insbesondere Anschlagsäulen, Werbetürme, freistehende Reklameschilder, Mastenschilder an Tankstellen, freistehende Schaukästen, Litfaßsäulen, City-Light-Boards, Gerüste für Lichtwerbung oder Plakate, Leuchtsäulen sowie ortsfeste Himmelsstrahler und Lichtprojektionen.

3. Nicht-bauliche Werbeanlagen

Nicht-bauliche Werbeanlagen sind Werbeanlagen, die losen Kontakt zum Erdboden haben, wie z.B. Stell- und Hängeschilder, mobile Aufsteller, mobile Himmelsstrahler bzw. Lichtprojektionen.

4. Nicht kommerzielle Werbung

Werbung umfasst auch ideelle, gemeinnützige oder kulturelle Inhalte z. B.: Theater- oder Kulturplakate, Wahlwerbung, Hinweiswerbung (Orientierung für Wegebenutzer, die nicht der Anpreisung gewerblicher Leistungen und dergleichen dienen).

5. Werbung an der Stätte der Leistung

Die Stätte der Leistung bezeichnet den Ort, an dem eine gewerbliche, handwerkliche, dienstleistungsbezogene oder sonstige berufliche Tätigkeit ausgeübt wird. Es besteht ein sachlicher Zusammenhang zwischen der auf dem Grundstück erbrachten Leistung und der Werbeanlage, wenn die Werbung ausschließlich der Ankündigung, Anpreisung oder dem Hinweis auf die am selben Standort angebotenen Leistungen oder Produkte dient.

III. Bauordnungsrechtliche Anforderungen an Werbeanlagen

1. Allgemein

Für Werbeanlagen, die bauliche Anlagen sind, gelten die Anforderungen, die die BauO Bln allgemein an bauliche Anlagen stellt, insbesondere **Verunstaltungsabwehr** (§ 9 BauO Bln), **Standsicherheit** (§ 12 BauO Bln), **Brandschutz** (§§ 14 ff. BauO Bln) und **Verkehrssicherheit** (§ 16 Absatz 2 BauO Bln).

2. Keine Verunstaltung (§ 9 BauO Bln, § 10 Absatz 2 Satz 2 BauO Bln)

Bauliche Werbeanlagen müssen gemäß § 9 Absatz 1 BauO Bln nach Form, Maßstab, Verhältnis der Baumassen und Bauteile zueinander, Werkstoff und Farbe so gestaltet sein, dass sie nicht selbst verunstaltet wirken.
Gemäß der Rechtsprechung gilt eine Werbeanlage als verunstaltet, wenn das Maß der bloßen Unschönheit überstiegen ist. Maßgeblich ist, ob der Anblick bei einem nicht unbeträchtlichen, in durchschnittlichem Maße für ästhetische Eindrücke aufgeschlossenen Teil der Betrachtenden eine Verletzung des ästhetischen Empfindens bewirkt.[1]
Bauliche und nicht-bauliche Werbeanlagen dürfen zudem gemäß § 9 Absatz 2 und § 10 Absatz 2 Satz 2 BauO Bln das Straßen-, Orts- oder Landschaftsbild nicht verunstalten. Nicht -bauliche Werbeanlagen dürfen zudem auch bauliche Anlagen nicht verunstalten. Eine solche Verunstaltung kann bereits bei einem deutlichen Widerspruch zwischen der Werbeanlage und den die Umgebung bestimmenden städtebaulichen oder stadtbildlichen Gestaltungsmerkmalen vorliegen. Hierzu muss dieser Widerspruch geeignet sein bei einem nicht unbeträchtlichen Teil der bereits benannten Betrachtenden anhaltenden Protest auszulösen, da der Gegensatz als belastend oder Unlust erregend empfunden werden kann.[2]

3. Keine störende Häufung (§ 10 Absatz 2 Satz 3 BauO Bln)

Eine störende Häufung von Werbeanlagen ist unzulässig. Eine solche liegt vor, wenn durch die Dichte, Größe, Anordnung oder Abfolge von Werbeanlagen diese gleichzeitig wahrgenommen und der konkrete öffentliche Raum dadurch derart optisch überladen wird, dass das Auge des Betrachtenden keinen Ruhepunkt mehr findet und das Bedürfnis nach werbungsfreien Flächen stark hervortritt.[3]

[1] Vgl. OVG Berlin-Brandenburg, Beschluss vom 13. Juni 2008 – OVG 2 S 45.08, Rn. 16; OVG NRW Urteil vom 28. Mai 2018 – 10 A 1789/16, Rn. 28 ff.
[2] Vgl. OVG Berlin-Brandenburg, Beschluss vom 13. Juni 2008 – OVG 2 S 45.08, Rn. 18.
[3] Vgl. OVG NRW Urteil vom 28. Mai 2018 – 10 A 1789/16, Rn. 33 ff.; OVG Berlin v. 10.05.2019 - 2 N 59.16.

4. Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs (§ 10 Absatz 2 Satz 2, § 16 Absatz 2 BauO Bln)

Werbeanlagen dürfen nicht die Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs gefährden. Eine Verkehrsgefährdung liegt vor, wenn Werbeanlagen die Aufmerksamkeit der Verkehrsteilnehmer und Verkehrsteilnehmerinnen so beanspruchen, dass sie vom Verkehr abgelenkt werden und so eine konkrete Verkehrsgefährdung hinreichend wahrscheinlich ist. Dies kann insbesondere durch Frequenz des Licht- oder Bildwechsels, Blendwirkung, Grellheit und unüblicher Häufung der Werbeanlagen der Fall sein sowie wenn die Werbeanlage Verkehrszeichen verdeckt oder in den Verkehrsraum hineinragt.

IV. Anforderungen an besondere Werbeformen

1. Werbung an Baugerüsten (§ 10 Absatz 2 Satz 4 und 5 BauO Bln)

1.1. Zulässigkeit von Werbung an Baugerüsten

Werbung an Baugerüsten ist nur zulässig, wenn eine **Staubschutzplane zur Durchführung von Baumaßnahmen erforderlich** ist, z.B. bei **staubintensiven Arbeiten** (z. B. Abbrucharbeiten oder Fassadensanierung). Andere Arbeiten wie Dachdeckerarbeiten erfordern nicht unbedingt eine Staubschutzplane. Zum Nachweis der beabsichtigten Bauleistung kann die Vorlage entsprechender Verträge verlangt werden.

1.2. Anforderungen an die Gestaltung der Staubschutzplane

Die auf die **Staubschutzplane aufgetragene Werbung sowie die Gestaltung der an der Plane angebrachten Werbeanlagen**-dürfen keine über die Plane hinausgehende **wesentliche Verdunklung** der Aufenthaltsräume von Wohnungen mit Ausnahme der Küchen bewirken. Eine wesentliche Verdunklung liegt vor, wenn die Lichtreduzierung in Aufenthaltsräumen das übliche Maß einer zumutbaren Beeinträchtigung überschreitet.

1.3. Beleuchtung und Nachtruhe

Zur Wahrung gesunder Wohnverhältnisse ist die **Beleuchtung der Werbeanlagen, angeleuchtet oder hinterleuchtet, an Baugerüsten während der Nachtruhe nicht gestattet**. **Nachtruhe** im Sinne dieser Vorschrift ist die Zeit von **22:00 bis 6:00 Uhr**. Die Beleuchtung **ist in dieser Zeit abzuschalten**, z. B. durch Zeitschaltuhren.

1.4. Zeitliche Befristung und Anzeige werbefreier Zeiten

An derselben baulichen Anlage dürfen Werbeanlagen an Baugerüsten **innerhalb von zwei Jahren nur für die Dauer von längstens sechs Monaten genutzt werden**. Im Sinne dieser Vorschrift gilt als dieselbe bauliche Anlage das gesamte Gebäude, an dem die Baumaßnahmen durchgeführt werden. Die zeitliche Beschränkung der Werbung bezieht sich somit auf das gesamte Gebäude, nicht nur auf eine einzelne Fassade.

Die **6-Monats-Frist beginnt mit der Anbringung der ersten Werbeanlage**. Werbefreie Zeiten unterbrechen die 6-Monats-Frist. **Werbefreie Zeiten** liegen vor, wenn die Werbung **vollständig entfernt** wird. Sie sind durch die Bauherrin oder den Bauherrn **in Textform der Bauaufsichtsbehörde anzuzeigen**.
Die Anzeige muss **spätestens zwei Wochen vor Beginn der werbefreien Zeit** erfolgen.
Erfolgt die Anzeige nicht, wird von einer **durchgehenden Werbenutzung** ohne Unterbrechung ausgegangen.

2. Brandwandgestaltungen mit Werbecharakter

Brandwandgestaltungen mit Werbecharakter unterliegen den **bauordnungsrechtlichen Anforderungen des § 10 BauO Bln und dürfen die Anforderungen an Brandwände gemäß § 30 BauO Bln nicht beeinträchtigen.**
An Brandwänden sind künstlerische Bemalungen mit Werbebotschaften aufgrund ihrer im Vergleich zu z.B. Baugerüstwerbeanlagen länger andauernden Wahrnehmbarkeit im Stadtbild und im öffentlichen Raum nur dann zulässig, wenn sie im hohen Maß stadtbildverträglich sind.

V. Verfahren

1. Genehmigungsverfahren gem. § 63a BauO Bln

Werbeanlagen sind genehmigungspflichtig und unterliegen im Baugenehmigungsverfahren nach § 63a BauO Bln einem besonderen Prüfprogramm. Eine Baugenehmigung ist auch dann erforderlich, wenn sich die Werbeform ändert z.B. eine angestrahlte Werbeanlage durch eine digitale Werbeanlage ersetzt wird. Hierbei handelt es sich um eine genehmigungspflichtige Nutzungsänderung.

2. Verfahrensfreie Werbeanlagen gem. § 61 Absatz 1 Nummer 12 BauO Bln

Bestimmte Werbeanlagen sind verfahrensfrei und müssen deshalb nicht genehmigt werden.
Bei verfahrensfreien Werbeanlagen kann eine planungsrechtliche Ausnahme oder Befreiung notwendig sein, insbesondere bei planungsrechtlich festgesetzten Straßenland. Ebenso kann auch eine denkmalrechtliche Genehmigung erforderlich sein.

3. Werbeanlagen an und in der unmittelbaren Umgebung von Denkmalen

Werbeanlagen, die an und in der unmittelbaren Umgebung von Denkmalen errichtet werden sollen, unterliegen den **Vorgaben des Denkmalschutzgesetzes (DSchG Bln)**.

4. Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland

Werden Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland errichtet und bedürfen einer Sondernutzungserlaubnis nach Berliner Straßengesetz gilt § 60 Satz 1 Nummer 3 BauO Bln. In diesen Fällen ist eine Baugenehmigung entbehrlich. Das zuständige Straßen- und

Grünflächenamt (SGA) beteiligt die Bauaufsichtsbehörde gemäß § 60 Satz 2 bis 4 BauO Bln und erteilt die Sondernutzungserlaubnis im Einvernehmen.

VI. Schlussvorschriften

1. Inkrafttreten

Diese Verwaltungsvorschriften treten am Tage nach der Verkündung im Amtsblatt für Berlin in Kraft.

Anlage

Stadtbild Berlin Werbekonzept verfügbar unter nachfolgendem Link:

https://www.berlin.de/sen/bauen/baukultur/regelwerke-stadtgestaltung/#werbekonzept