

Titel:

Werbeanlage, Verunstaltung, Gefährdung der Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs

Normenketten:

BayBO Art. 8 S. 2 und 3

BayBO Art. 14 Abs. 2

Schlagworte:

Werbeanlage, Verunstaltung, Gefährdung der Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs

Vorinstanz:

VG München, Urteil vom 13.05.2024 – M 8 K 23.6069

Fundstelle:

BeckRS 2025, 25650

Tenor

I. Der Antrag auf Zulassung der Berufung wird abgelehnt.

II. Die Beklagte trägt die Kosten des Zulassungsverfahrens.

III. Der Wert des Streitgegenstands wird für das Zulassungsverfahren auf 12.500,-- Euro festgesetzt.

Gründe

1

Der Antrag der Beklagten auf Zulassung der Berufung hat keinen Erfolg, weil der geltend gemachte Zulassungsgrund des § 124 Abs. 2 Nr. 1 VwGO nicht vorliegt.

2

1. Das Urteil des Verwaltungsgerichts begegnet im Rahmen des Zulassungsvorbringens keinen ernstlichen Zweifeln an seiner Richtigkeit im Sinn von § 124 Abs. 2 Nr. 1 VwGO. Der Senat teilt die Auffassung des Erstgerichts, dass die Beklagte zu verpflichten war, über den Bauantrag der Klägerin vom 16. Dezember 2022 zur Errichtung einer Werbeanlage unter Beachtung der Rechtsauffassung des Gerichts erneut zu entscheiden (§ 113 Abs. 5 Satz 2 VwGO).

3

Das Verwaltungsgericht hat bei seiner Beurteilung unter anderem angenommen, dass das Bauvorhaben weder eine verunstaltende Wirkung, auch nicht in Gestalt einer störenden Häufung, nach Art. 8 BayBO habe, noch die Sicherheit und Leichtigkeit des öffentlichen Verkehrs nach Art. 14 Abs. 2 BayBO gefährde. Die sich ausschließlich hiergegen gerichteten Einwände der Beklagten bleiben erfolglos.

4

1.1. Nach der Regelung des Art. 8 Satz 2 BayBO darf eine bauliche Anlage das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht verunstalten.

5

Eine Verunstaltung im Sinn des Art. 8 Satz 2 BayBO ist dann anzunehmen, wenn ein für ästhetische Eindrücke offener Durchschnittsbetrachter die betreffende Werbeanlage an ihrer Anbringungsstelle als belastend oder Unlust erregend empfinden würde. Dabei reicht jedoch nicht jede Störung der architektonischen Harmonie aus, vielmehr ist ein hässlicher, das ästhetische Empfinden des Betrachters nicht nur beeinträchtigender, sondern verletzender Zustand erforderlich (vgl. BVerwG, U.v. 28.6.1955 – I C 146.53 – BVerwGE 2, 172; BayVGH, U.v. 26.7.1999 – 2 B 94.1533 – juris Rn. 13; U.v. 25.7.2002 – 2 B 02.164 – juris Rn. 19). In Bezug auf Werbeanlagen entspricht es gefestigter Rechtsprechung, dass sie ihren Anbringungsort verunstalten, wenn sie die entsprechende Wand zu einem Werbeträger umfunktionieren oder einem vorhandenen ruhigen Erscheinungsbild einen Fremdkörper aufsetzen und diese damit empfindlich stören (vgl. BayVGH, B.v. 16.2.2016 – 2 ZB 15.2503 – juris Rn. 3; B.v. 12.1.2018 – 9 ZB

15.1911 – juris Rn. 9). Im Übrigen sind für die Beurteilung, ob eine Verunstaltung vorliegt, neben der Wirkung der Werbeanlage am Anbringungsort, die Funktion und der Charakter des Baugebiets sowie letztlich das Gesamtbild der Umgebung von ganz entscheidender Bedeutung (vgl. Dirnberger in Busse/Kraus, Bayerische Bauordnung, Stand Januar 2025, Art. 8 Rn. 199 m.w.N.). Das Maß der im Einzelfall anzulegenden Gestaltungsanforderungen ist deshalb für Werbeanlagen in repräsentativen Straßen, in Altstadt- oder mittelalterlich geprägten Gebieten oder in Wohngebieten, dörflichen oder landwirtschaftlichen Gegenden höher als in uneinheitlicher, wenig ansprechender oder schon stark durch Werbung beherrschter Umgebung wie innerstädtischen Geschäftszentren oder -straßen und gewerblich geprägten Gebieten. Das harmonische Gesamtbild der Umgebung wird sodann beeinträchtigt, wenn eine Werbeanlage sich dem Charakter des Straßen- und Ortsbildes, also seiner Umgebung, nach nicht einfügt, sondern so aufdringlich wirkt, dass sie als wesensfremdes Gebilde zu ihr in keiner Beziehung mehr steht (vgl. Dirnberger in Busse/Kraus, Bayerische Bauordnung, Art. 8 Rn. 200).

6

1.1.1. Das Erstgericht ist davon ausgegangen, dass die geplante Werbeanlage die Fassade des Vorhabengebäudes nicht im Sinne von Art. 8 Satz 2 BayBO verunstalte. Dabei hat es die obigen Maßstäbe zugrunde gelegt und sich auf die Eindrücke des durchgeführten Augenscheins, die vorgelegten Bauantragsunterlagen und öffentlich zugänglichen Luftbilder/Straßenansichten (g m, s v) gestützt. Es hat darauf abgestellt, dass weder die Fassade des Gebäudes von besonderer architektonischer Qualität noch der Anbringungsort als schützenswerte „architektonische Beruhigungsfläche“ auszumachen sei. Vielmehr wirke sie reizlos und ästhetisch ohne besondere Wertigkeit. Die Fassadenelemente wiesen eine einheitliche, von der Befensterung dominierte Gestaltung („Lochfassade“) auf. Der fensterlose Wandteil an der Nordwestecke hingegen entfalte aufgrund seiner optischen Unterordnung und der bereits vorhandenen Vorbelastung durch Eigenwerbung keine eigene gestalterische Aussagekraft. Da die Werbeanlage auf diesem unauffälligen Teil der Außenwand angebracht werde, sie keine übermäßige Größe aufweise und aufgrund ihrer geringen Tiefe nur unmerklich über die dominierende Lochfassade hinausstehe, werde die Fassade in ihrer Wirkung nicht beeinträchtigt (UA Rn. 22 ff.).

7

Dagegen ist zulassungsrechtlich nichts zu erinnern. Soweit die Beklagte in diesem Zusammenhang rügt, das Verwaltungsgericht habe nicht berücksichtigt, dass durch das Hinzukommen der beantragten Werbeanlage eine große zusammenhängende Werbefläche von dann ca. 20 m² entstehe, von der eine verunstaltende Wirkung ausgehe, wendet sie sich gegen die vom Verwaltungsgericht vorgenommene Sachverhalts- und Beweiswürdigung. Eine Zulassung der Berufung wegen ernstlicher Zweifel im Sinne des § 124 Abs. 2 Nr. 1 VwGO kommt in solchen Fällen nur in Betracht, wenn aufgezeigt wird, dass die Richtigkeit der verwaltungsgerichtlichen Überzeugungsbildung mangelhaft ist, weil das Verwaltungsgericht mit Blick auf entscheidungserhebliche Tatsachen von einem unzutreffenden Sachverhalt ausgegangen ist oder die Beweiserhebung gedankliche Lücken oder Ungereimtheiten aufweist, was insbesondere bei einer Verletzung von gesetzlichen Beweisregeln, Denkgesetzen oder allgemeinen Erfahrungssätzen, bei aktenwidrig angenommenem Sachverhalt oder offensichtlich sachwidriger und damit willkürlicher Beweiswürdigung anzunehmen ist (vgl. BayVGh, B.v. 6.11.2024 – 15 ZB 24.1582 – juris Rn. 8; B.v. 4.3.2024 – 6 ZB 23.1745 – juris Rn. 10; B.v. 17.1.2022 – 9 ZB 20.18 – juris Rn. 13; B.v. 21.1.2013 – 8 ZB 11.2030 – juris Rn. 17 m.w.N.). Dies ist hier nicht der Fall. Denn die Kammer hat den Umstand der bereits vorhandenen und der dann drei übereinander sich befindlichen Werbeanlagen in seine Beurteilung miteinbezogen, ist aber insoweit zu einem anderen Ergebnis als die Beklagte gelangt. Hierzu hat es nachvollziehbar ausgeführt, dass durch die Anbringung der geplanten Anlage auf Höhe des ersten Obergeschosses bis nahezu Unterkante der Fenster des zweiten Obergeschosses, zwischen den Eigenwerbeanlagen für Hotel und Apotheke, sich die dann vorhandenen Werbeanlagen auf den Bereich des sechsstöckigen Gebäudes insgesamt bis nahezu der Unterkante der Fenster des dritten Obergeschosses konzentrieren würden. Die nach oben freibleibende Fläche dominiere das Erscheinungsbild des fensterlosen Wandteils aber weiterhin. Angesichts der Größe des Gesamtbaukörpers werde daher – auch wenn sich nach Realisierung des Vorhabens drei Werbeanlagen übereinander befänden – das Gebäude nicht zum Werbeträger degradiert (UA Rn. 24).

8

1.1.2. Auch ist die erstgerichtliche Annahme, das Bauvorhaben beeinträchtige das Straßen- oder Ortsbild nicht wesentlich, nicht zu beanstanden. Insoweit hat das Verwaltungsgericht unter Anwendung der unter Nr.

1.1. dargelegten Grundsätze und unter dem Eindruck des Augenscheins überzeugend herausgearbeitet, dass das Straßen- und Ortsbild um den Anbringungsort (groß-)städtisch wirke. Es sei von großmaßstäblichen Gebäuden, insbesondere massiver Blockrandbebauung, von den vorhandenen Erschließungsstraßen, dem überwiegend befestigten Platzbereich mit U-Bahnabgang und Taxistand sowie den vorhandenen gewerblichen Nutzungen vor allem im Erdgeschossbereich der Gebäude mit ihren zum Teil auffälligen Eigenwerbungen geprägt. Es handle sich auch nach Auffassung der Beklagten um ein beliebtes Ausgehviertel Münchens, das sich durch aktives Innenstadtleben mit gehobenen Wohnadressen sowie zahlreichen Einkaufsgeschäften und Gastronomiebetrieben auszeichne. Die streitgegenständliche Werbeanlage wirke vor diesem Hintergrund nicht wesensfremd und verfüge aufgrund ihrer Größe schon nicht über die optische Dominanz, diese „Blickfänge“ in den Hintergrund zu drängen.

9

Dagegen ist die Beklagte der Auffassung, dass die Werbeanlage vor dem Hintergrund der in der vorliegenden Häuserzeile bis auf den Anbringungsort selbst ruhigen Gebäudefronten eine dominante Wirkung habe. Diese resultiere insbesondere aus der leuchtenden und wechselnden Fremdwerbung sowie aus der Verbindung mit den schon bisher vorhandenen Werbeanlagen an der Vorhabenfassade, zwischen diesen die geplante Werbefläche zudem „eingequetscht“ wirke. Damit greift die Beklagte wiederum das Ergebnis der Beweiswürdigung an; einen Beweiswürdigungsfehler des Verwaltungsgerichts hat sie damit jedoch nicht dargetan. Dies gilt auch insoweit, als die Beklagte vorträgt, das Verwaltungsgericht habe selbst eine trennende Wirkung durch den angrenzenden G.platz angenommen, so dass dieser unruhige Bereich nicht an dem maßgeblichen Straßenbild teilhabe. Denn das Erstgericht hat das maßgebliche Straßen-/Ortsbild ausführlich dargelegt und dabei auch den G.platz und seine Prägung für das Straßenbild miteinbezogen (vgl. oben). Insoweit liegt auch kein Widerspruch vor, als es im Hinblick auf die „Goethepost“, die sich auf der schräg gegenüberliegenden Straßenseite und damit auf der anderen Seite des Platzes befindet, ausgeführt hat, dass diesbezüglich eine Beeinträchtigung durch die geplante Werbeanlage bereits aufgrund der Entfernung und der optischen Trennung durch Platzbereich und Straßenraum nicht zu befürchten sei (UA Rn. 27). Damit hat es aber nicht zum Ausdruck gebracht, dass keine Prägung durch den G.platz jedenfalls auf der Seite zum Vorhabengrundstück hin stattfindet.

10

1.1.3. Schließlich vermag die Beklagte die Annahme, dass keine störende Häufung im Sinne von Art. 8 Satz 3 BayBO eintrete, nicht in Zweifel zu ziehen.

11

Nach Art. 8 Satz 3 BayBO ist als Sonderfall der Verunstaltung auch die störende Häufung von Werbeanlagen unzulässig. Ob eine Häufung von Werbeanlagen, die in der Regel ab drei Werbeanlagen innerhalb eines eng begrenzten Wirkungsbereiches angenommen werden kann (vgl. Dirnberger in Busse/Kraus, Bayerische Bauordnung, Art. 8 Rn. 204 m.w.N.), störend ist, lässt sich nicht abstrakt-generell bestimmen (vgl. BayVGh, B.v. 12.1.2012 – 15 ZB 10.445 – juris Rn. 16; B.v. 9.9.2020 – 9 ZB 17.1406 – juris Rn. 7). Vielmehr hängt der Eintritt einer störenden Wirkung von der vorhandenen Bebauung und der tatsächlichen Nutzung in der konkreten Umgebung ab (vgl. BayVGh, B.v. 9.9.2020 – 9 ZB 17.1406 – juris Rn. 7 f. m.w.N.). Jedenfalls muss sich ein gestalterischer Widerspruch aus der beziehungslosen Anhäufung von Werbeanlagen selbst oder ihrer Wirkung auf die Umgebung ergeben (vgl. BayVGh, B.v. 12.1.2012 – 15 ZB 10.445 – juris Rn. 16; Dirnberger in Busse/Kraus, Bayerische Bauordnung, Art. 8 Rn. 230). Maßgeblich ist, dass der enge örtliche Bereich, der gleichzeitig im Gesichtsfeld des Betrachters liegt, mit Werbeanlagen derart überladen ist, dass das Auge keinen Ruhepunkt findet und das Bedürfnis nach werbungsfreien Flächen stark hervortritt, weil die Werbeanlagen allein wegen ihrer unangebrachten Häufung als lästig empfunden werden (vgl. Dirnberger in Busse/Kraus, Bayerische Bauordnung, Art. 8 Rn. 216; OVG NW, U.v. 20.2.2004 – 10 A 3279/02 – juris Rn. 36).

12

Unter Zugrundelegung dieser Maßstäbe hat das Verwaltungsgericht hier im Rahmen einer Prüfung der konkreten Umstände des Einzelfalls eine „Störung“ der Umgebung durch das Hinzukommen der geplanten Werbeanlage untersucht und abgelehnt. Es hat ausgeführt, dass der maßgebliche Bereich noch nicht von Werbeanlagen so sehr überladen sei, dass durch das Hinzutreten einer weiteren die Schwelle zur störenden Häufung überschritten würde, zumal vorliegend kein Missverhältnis zwischen Werbeanlagen und städtisch geprägter Umgebung bestehe. Die Anbringung der geplanten Werbeanlage stelle keinen unvereinbaren Kontrast zu dem auch ansonsten durch Geschäfte und gewerbliche Nutzung sowie die damit

einhergehende Eigenwerbung geprägten Bereich dar. Auch das Straßen- und Ortsbild werde nicht dominiert. Das Auge finde nach wie vor einen Ruhepunkt (UA Rn. 33).

13

Gegen diese auch anhand der Bauantragsunterlagen und öffentlich zugänglicher Luftbilder nachvollziehbaren Darlegungen des Erstgerichts ist nichts einzuwenden. Insbesondere soweit die Beklagte in diesem Zusammenhang wiederum rügt, dass die geplante Werbeanlage sich im ruhigen und abgegrenzten Platzbereich auffällig und negativ zu den ansonsten dort nur vorhandenen Eigenwerbungen abhebe, beanstandet sie vor allem das Ergebnis der Beweiswürdigung. Diesbezüglich wird auf die obigen Ausführungen verwiesen. Darüber hinaus ist entgegen der Ansicht der Beklagten für die Beurteilung einer störenden Häufung ohne Belang, ob es sich bei den bereits in der Umgebung der Anbringungsstelle befindlichen Werbeanlagen um Eigen- oder Fremdwerbung handelt, da von beiden grundsätzlich die gleiche störende Wirkung auf die jeweilige Örtlichkeit ausgehen kann (vgl. OVG NW, U.v. 6.2.1992 – 11 A 2235/89 – juris Rn. 41). Schließlich ergibt sich nichts Anderes aus den von der Beklagten zitierten Entscheidungen (OVG NW, U.v. 6.2.1992 – 11 A 2235/89 – juris und BayVGh, U.v. 25.4.1975 – 341 VI 71). Insbesondere kann aus diesen kein Grundsatz dergestalt abgeleitet werden, dass eine störende Häufung durch die Ballung von Werbeanlagen in Zusammenhang mit bereits vorhandenen Eigenwerbeanlagen vorliegt, vor allem wenn diese in Form, Größe, Material und Farbgebung völlig unterschiedlich sind, wie die Beklagte meint. Denn die Beurteilung des Vorliegens einer „störenden Häufung“ nach Art. 8 Satz 3 BayBO kann nur anhand der konkreten Umstände des Einzelfalls vorgenommen werden (vgl. bereits oben BayVGh, B.v. 12.01.2012 – 15 ZB 10.445 – juris Rn. 16; B.v. 9.9.2020 – 9 ZB 17.1406 – juris Rn. 7). Dies liegt schon deswegen auf der Hand, da die jeweiligen maßgeblichen Umgebungen in der Regel nicht vergleichbar sind.

14

1.2. Ebenso wenig vermag der Vortrag der Beklagten, die beantragte Werbeanlage gefährde entgegen der erstgerichtlichen Auffassung die Sicherheit und Leichtigkeit des öffentlichen Verkehrs, zur Zulassung der Berufung führen.

15

Nach Art. 14 Abs. 2 BayBO darf die Sicherheit und Leichtigkeit des öffentlichen Verkehrs durch bauliche Anlagen und deren Nutzung nicht gefährdet werden. Eine konkrete Gefährdung liegt danach vor, wenn nach den Erfahrungen des täglichen Lebens mit hinreichender oder „bloßer“ Wahrscheinlichkeit ein Verkehrsunfall oder doch eine Verkehrsbehinderung in überschaubarer Zeit zu erwarten ist (vgl. BayVGh, U.v. 30.5.2018 – 2 B 18.681 – juris Rn. 2). Hierbei ist innerorts regelmäßig von einer gewissen Ablenkungswirkung, andererseits aber auch von einer Gewöhnung an den Anblick von Werbeanlagen auszugehen (vgl. BayVGh, B.v. 9.2.2021 – 9 ZB 19.1582 – juris Rn. 19 f.).

16

Das Verwaltungsgericht hat eine Gefährdung der Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs durch die geplante Werbeanlage aufgrund der Eindrücke der Inaugenscheinnahme, der in den Behördenakten enthaltenen Lagepläne sowie Lichtbilder und der öffentlich zugänglichen Luftbilder (g m,) verneint, weil die Anlage sich nicht in unmittelbarer Nähe des durch Lichtzeichenanlagen geregelten Kreuzungsschwerpunkts L./H.straße, sondern abgerückt von diesem befinde und sie daher von den Teilnehmern des fließenden Verkehrs nicht in relevanter Weise wahrgenommen werden dürfte. Es hat seine Einschätzung ausführlich auch für den jeweiligen Abbiegeverkehr aus Süden und Norden kommend in die H.straße begründet. Im Hinblick auf die Verengung der H.straße in Richtung Süden hat es ausgeführt, dass sich die Verkehrssituation für einen durchschnittlichen Kraftfahrzeugführer nicht besonders komplex oder herausfordernd darstelle und abgekoppelt vom Kreuzungsschwerpunkt L.straße sei (UA Rn. 36 ff.).

17

Die Beklagte trägt insoweit vor, das Verwaltungsgericht habe bei seiner Beurteilung im Hinblick auf den Bereich der Verengung der H.straße in Richtung Süden außer Acht gelassen, dass nicht nur im großen Kreuzungsbereich, sondern auch an dieser Stelle eine gefährliche Verkehrssituation bestehe. Denn diese erfordere infolge der Verengung der H.straße ohne jeglichen Hinweis, der Möglichkeit, links in die W.straße abzubiegen, und der Umstände, dass dort mehrere Buslinien verliefen und kein Radweg bestehe, erhöhte Aufmerksamkeit der Verkehrsteilnehmer. Die geplante große und beleuchtete Werbefläche, die im unmittelbaren Blickfeld der dortigen Verkehrsteilnehmer gelegen sei, wirke gerade aufgrund der uneinheitlichen Gesamtgestaltung äußerst ablenkend.

18

Das Zulassungsvorbringen zeigt insoweit keinen Beweiswürdigungsfehler des Erstgerichts auf. Insbesondere ist nichts dafür ersichtlich, dass das Verwaltungsgericht insoweit von einem unzutreffenden Sachverhalt ausgegangen ist. Vielmehr zeigt die Beklagte allenfalls die bloße Möglichkeit einer anderen Bewertung der Beweisaufnahme auf, die die Zulassung der Berufung jedoch nicht rechtfertigt.

19

2. Die Kostenentscheidung beruht auf § 154 Abs. 2 VwGO. Die Streitwertentscheidung folgt aus §§ 47, 52 Abs. 1 GKG.

20

Dieser Beschluss ist unanfechtbar (§ 152 Abs. 1 VwGO). Mit der Ablehnung des Antrags auf Zulassung der Berufung wird das angefochtene Urteil rechtskräftig (§ 124a Abs. 5 Satz 4 VwGO).