



VERWALTUNGSGERICHT TRIER

URTEIL

IM NAMEN DES VOLKES

In dem Verwaltungsrechtsstreit

*** **** ** . ***** *****, ***** * , ***** *****,

- Klägerin -

Prozessbevollmächtigte: ***,

g e g e n

die Stadt Trier, vertreten durch den Oberbürgermeister, Augustinerhof,
54290 Trier,

- Beklagte -

w e g e n bauaufsichtlicher Verfügung

hat die 5. Kammer des Verwaltungsgerichts Trier aufgrund der mündlichen
Verhandlung vom 25. November 2015, an der teilgenommen haben

Vizepräsident des Verwaltungsgerichts Dierkes
Richter am Verwaltungsgericht Braun
Richterin Kielkowski
ehrenamtlicher Richter ****
ehrenamtliche Richterin ****

für Recht erkannt:

1. Der Bescheid der Beklagten vom 1. Juli 2014 und der hierzu ergangene
Widerspruchsbescheid vom 24. März 2015 werden aufgehoben.

2. Die Beklagte hat die Kosten des Verfahrens zu tragen.
3. Das Urteil ist wegen der Kosten vorläufig vollstreckbar. Die Beklagte kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des zu vollstreckenden Betrages abwenden, wenn nicht die Klägerin vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages leistet.

Tatbestand

Die Klägerin wendet sich gegen eine bauaufsichtliche Beseitigungsanordnung der Beklagten.

Die Klägerin betreibt im Erdgeschoss des Gebäudes *****, Gemarkung ****, Flur ***, Flurstücke ****, ****, ****, **** und **** in **** die älteste Apotheke Deutschlands, die „****-Apotheke“, wobei das vorgenannte Gebäude gegenüber dem Nachbarhaus **** (Gemarkung ****, Flur ***, Parzelle ****, *** u.a.), in dem derzeit ein Herrenmodegeschäft betrieben wird, zurückversetzt gelegen ist. Diese Grundstücke sind laut dem „Nachrichtlichen Verzeichnis der Kulturdenkmäler – Kreisfreie Stadt ***, Stand Feb. 2014“ innerhalb der Denkmalzone „Marktbezirk“ gelegen. Die Denkmalzone umfasst u.a. die Umbauung des Hauptmarktes mit den Häusern ***** bis ** sowie den Bereich **** bis ***, wobei die „****-Apotheke“ im Verzeichnis gesondert als Einzeldenkmal geführt wird.

Ferner unterfallen sowohl das Geschäftshaus der Klägerin als auch das Gebäude ***** dem Geltungsbereich der vom Rat der Beklagten am 16. Dezember 2008 beschlossenen, am Folgetag durch den Oberbürgermeister der Beklagten ausgefertigten und am 23. Dezember 2008 in der Rathauszeitung der Beklagten öffentlich bekannt gemachten „Satzung über die Gestaltung von Werbeanlagen in der Stadt *****“ – im Folgenden WAS -. Die WAS hat folgenden Inhalt:

In der Präambel heißt es, dass durch die Satzung die Erhaltung des innerstädtischen Raums, die Bewahrung seiner Eigenart und seine behutsame Weiterentwicklung unterstützt werden sollten. Ihr städtebauliches Gepräge erfahre die Innenstadt durch den Alleenring sowie die im Mittelalter entstandenen Hauptstraßenzüge. Vor dem Hintergrund des wachsenden Tourismus und der Bedeutung der Stadt als Einkaufsstadt gelte es, städtebauliche, architektonische

und gestalterische Fehlentwicklungen aus dem Stadtbild herauszuhalten und gegebenenfalls zurückzuführen. Dieses baupflegerische Ziel sei ein legitimes Anliegen im öffentlichen Interesse. Besonderer Beachtung bedürfte jeweils die Umgebung der Kulturdenkmäler und Kulturdenkmalensembles als besonders schützenswerte städtebauliche Situationen. Darum sollten Werbeanlagen zurückhaltend ausgebildet sein und sich der Gebäudewirkung unterordnen. Der Informationsgehalt von Werbeanlagen, die als Orientierungshilfe und zur Animierung und Erhaltung des wirtschaftlichen Lebens dienen, sollte nicht mehr als notwendig eingeschränkt werden. Die wirtschaftlichen privaten Interessen sollten mit dem öffentlichen Interesse im Sinne des Satzungsziels im ausgewogenen Verhältnis stehen. Der Geltungsbereich der Satzung beschränkt sich auf den Bereich innerhalb der mittelalterlichen Befestigung, die durch den Alleering markiert wird (§ 2 der Satzung). § 3 Abs. 2 stellt klar, dass Anforderungen von sonstigen öffentlich-rechtlichen Vorschriften von dieser Satzung unberührt bleiben. Diese sind z.B. das Denkmalschutzgesetz oder bestehende Bebauungspläne. § 4 Abs. 1 stellt auch die nach der Landesbauordnung genehmigungsfreien Werbeanlagen unter Genehmigungsvorbehalt. § 5 der Satzung enthält allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen. Nach § 5 Abs. 1 müssen Werbeanlagen auf die Gestaltung der Fassade abgestimmt und ihr untergeordnet sein. Sie sind danach nur an der Stätte der Leistung zulässig, und zwar je Nutzungseinheit nur eine Werbeanlage auf Fassadenflächen und eine Werbeanlage als Ausleger (§ 5 Abs. 3 Sätze 1 und 2). Ferner sind Werbeanlagen grundsätzlich nur im Bereich des Erdgeschosses und bis zur Brüstung des 1. Obergeschosses zulässig (§ 5 Abs. 4 Satz 1). In der Begründung zu § 5 heißt es, dass die Zulässigkeit von Werbung auf die Stätte der Leistung und den unteren Teil der Fassadenflächen beschränkt werde, damit die architektonischen Besonderheiten und städteräumlichen Bezüge der Stadt besser zu Geltung kämen. Dies bedeute im Detail, dass Bauteile und Gliederungselemente von Fassaden nicht überdeckt werden dürften. Dies gelte auch für ausladende Werbeflächen, die innerhalb von Sichtachsen den freien Blick auf die jeweils benachbarten Fassaden verhinderten. § 6 bezieht sich auf Werbeanlagen auf Fassadenflächen. Nach § 6 Abs. 3 sind Schriften von Werbeanlagen horizontal anzuordnen und nur auf der Fläche (Bezugsgrundfläche) zwischen den Fenstern des Erdgeschosses und den Fenstern des Obergeschosses zulässig. Werbeanlagen als Ausleger sind nur bis zu einer Ausladung von 75 cm zulässig (§ 7 Abs. 1 der Satzung). Laut Begründung zu § 7 ist mit Ausladung der horizontale Abstand zwischen der Oberfläche der Hauswand und dem vorderen Punkt der Werbeanlage gemeint. Die Werbeanlagen müssen nach § 7 Abs. 3 in ihrer Höhenentwicklung den in § 6 Abs. 3 Satzung definierten Bereich der Bezugsgrundfläche angeordnet werden und dürfen diese nicht überragen. § 10 der Satzung erlaubt auf schriftlichen Antrag hin eine Abweichung von den Vorschriften der Satzung, wenn die Durchführung der Vorschrift im Einzelfall zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führen würde und die Abweichung mit den öffentlichen Belangen und den allgemeinen Zielsetzungen der Satzung vereinbar ist. § 12 Abs. 1 legt fest, dass die Satzung am Tage nach ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft tritt. Nach § 12 Abs. 2 wird die „Satzung über die Zulässigkeit, die Anbringung und die Gestaltung von Außenwerbung

sowie Automaten in der Stadt **** vom 12. Oktober 1977, in Kraft getreten am 19. Oktober 1977, hiermit formell aufgehoben.

Bereits mit Genehmigung vom 14. April / 15. Mai 1953 gestattete die Beklagte der Klägerin die Errichtung einer auf die Apotheke hinweisenden und auf dem Gebäude **** befestigten Anlage. Die in der Genehmigung aufgeführte, ca. 1,00 m breite und ca. 0,87 m hohe Anlage umfasste ein Apotheken-„A“ nebst einem ****-Symbol und dem darunter verlaufenden Schriftzug „Apotheke“. In der Folge errichtete die Klägerin eine dementsprechende Anlage und ersetzte dadurch eine zuvor vorhandene, etwa 1,10 m breite und ca. 1,60 m hohe Anlage an der Wand der ****. Im Jahre 2001 brachte die Klägerin im Rahmen einer Fassadensanierung des Hauses ***** zunächst ein Banner an ein Gerüstteil an, welches ein rotes „A“ aufwies. Nach Beanstandung dieses Zustandes und Hinweis auf das aus Sicht der Beklagten bestehende Genehmigungserfordernis mit Schriftsatz vom 4. Juli 2001 brachte die Klägerin anstelle des Provisoriums ein nach Messung der Beklagten ca. 1,00 m breites und ca. 1,06 m hohes (nebst Befestigung ca. 1,2 m breit und ca. 1,6 m hoch) Schild an, welches streitgegenständlich ist. Diese Tafel wurde mit einem ca. 55 cm hohen schmiedeeisernen Winkel an die Gebäudewand befestigt und zeigt ein von Apotheken typischerweise verwendetes rotes „A“.

Im Rahmen einer Ortsbesichtigung im Januar 2014 kam die Beklagte zum dem Schluss, dass das Schild der vorgenannten WAS widerspreche. Daraufhin ordnete die Beklagte nach Anhörung der Klägerin mit Bescheid vom 1. Juli 2014, der Klägerin zugestellt am 3. Juli 2014, die Beseitigung der Anlage unter Berufung auf §§ 58, 81 der Landesbauordnung Rheinland-Pfalz (LBauO) an und erklärte die Anordnung für sofort vollziehbar. Zur Begründung führte die Beklagte aus, dass die Werbeanlage ungenehmigt sei. Die Gestaltung der Werbeanlage müsse der WAS entsprechen, widerspreche ihr allerdings in mehreren Punkten. Zunächst fordere § 4 Abs. 1 der WAS eine Genehmigung, wenn Werbeanlagen errichtet oder geändert würden, von denen stadträumlich gestalterische Wirkungen ausgingen. Werbeanlagen, die bereits vor Inkrafttreten der WAS genehmigt worden seien, hätten Bestandsschutz bis zu ihrer Veränderung. Die klägerische Werbeanlage sei zwar vor Inkrafttreten der WAS am Gebäude angebracht worden, eine Baugenehmigung sei jedoch nie erteilt worden. Sie sei daher formell rechtswidrig. Der Ausleger widerspreche ferner §§ 7 Abs. 1 bis 3 und 6 Abs. 3 der

WAS. Er sei deutlich tiefer als 75 cm und auch höher als die Hälfte der Bezugsgrundfläche und überrage diese sogar. Nach § 5 Abs. 3 der WAS seien Werbeanlagen des Weiteren nur an der Stätte der Leistung zulässig. Stätte der Leistung sei aber nicht die ***, sondern die ****-Apotheke ****. Somit sei die Werbeanlage auch materiell rechtswidrig, eine Genehmigung könne nicht in Aussicht gestellt werden. Nach Abwägung der widerstreitenden Interessen und Ausübung des pflichtgemäßen Ermessens habe die Entfernung der ungenehmigt an der Fassade des Gebäudes *** angebrachten Werbeanlage angeordnet werden müssen. Hierfür sei eine Frist von zwei Wochen nach Vollziehbarkeit dieser Verfügung einzuräumen; die Anordnung der sofortigen Vollziehung sei gemäß § 80 Abs. 2 Nr. 4 Verwaltungsgerichtsordnung – VwGO – gerechtfertigt. Die illegal angebrachte Werbeanlage könne ohne wesentliche Substanzverletzung beseitigt werden; von dieser ginge zudem eine negative Vorbildwirkung sowie eine stadträumlich gestalterische Wirkung aus. Des Weiteren drohte die Beklagte der Klägerin ein Zwangsgeld in Höhe von 500 € an. Gründe für ein weiteres Dulden der baulichen Anlage seien nicht gegeben. Als Inhaberin der tatsächlichen Gewalt sei die Klägerin auch die richtige Adressatin der Verfügung.

Ein am 4. Juli 2014 gestellter Antrag der Klägerin auf Gewährung vorläufigen Rechtsschutzes gegen die vorgenannte für sofort vollziehbar erklärte Beseitigungsanordnung hatte Erfolg; mit Beschluss vom 24. Juli 2014 – 5 L 1239/14.TR – stellte die erkennende Kammer die aufschiebende Wirkung des Widerspruchs der Klägerin vom 4. Juli 2014 – eingegangen bei der Beklagten am 7. Juli 2014 – wieder her. Zur Begründung führte die Kammer aus, dass kein überwiegendes öffentliches Interesse am Sofortvollzug bestehe. Angesichts des langen Zeitraumes, über den das Schild bereits vorhanden sei, könne eine befürchtete negative Vorbildwirkung für andere Gewerbetreibende nicht greifen. Es handele sich bei der Werbeanlage um ein klassisches Werbezeichen einer Apotheke, das überall in Innenstadtbereichen in Deutschland anzutreffen sei und weder eine Gefahr für Fußgänger oder Zulieferer noch eine konstruktive Beeinträchtigung des Denkmals darstelle, zumal es gerade nicht am Denkmalgebäude befestigt worden sei. Es müsse im Hauptsacheverfahren geklärt werden, ob das Schild genehmigungspflichtig und -fähig sei.

Unter dem 7. Januar 2015 erließ die Beklagte gegenüber der Eigentümergemeinschaft ****, in deren Eigentum das Grundstück *** steht, eine mittlerweile bestandskräftige Duldungsverfügung. Darin verpflichtete die Beklagte die Eigentümergemeinschaft, die mit Verfügung vom 1. Juli 2014 angeordnete Beseitigung der ungenehmigten Werbeanlage zu dulden.

Im Rahmen des Widerspruchsverfahrens führte die Beklagte unter dem 3. Dezember 2014 ergänzend aus, dass bei der Beurteilung der Größe der Werbeanlage nicht nur das Schild als solches, sondern die komplette Werbeanlage inklusive Aufhängung und Montagekonstruktion den definierten Größenbestimmungen der LBauO bzw. der WAS entsprechen müsse. Dies sei hier nicht der Fall.

Mit Widerspruchsbescheid vom 24. März 2015 wies der Stadtrechtsausschuss der Beklagten den Widerspruch zurück. Darin nahm die Beklagte Bezug auf die Ausführungen im Ausgangsbescheid und führte zur Begründung ergänzend aus, dass die Werbeanlage insbesondere nicht gemäß § 62 Abs. 1 Nr. 8 a) LBauO genehmigungsfrei sei, da der Stadtrat der Beklagten eine WAS gemäß § 62 Abs. 1 Nr. 8 a) i.V.m. § 88 Abs. 1 LBauO beschlossen habe. § 4 Abs. 1 der WAS normiere einen Genehmigungsvorbehalt. Der Hauptmarkt sei vom räumlichen Geltungsbereich der WAS umfasst. Diese Satzung finde auch auf Apotheken Anwendung, schließlich betreibe der selbstständige Apotheker ein Gewerbe. Des Weiteren liege für die Werbeanlage keine Baugenehmigung vor. Zwar existiere eine Baugenehmigung für eine Werbeanlage aus dem Jahre 1953, das streitgegenständliche Werbeschild stelle aber ein „aliud“ gegenüber dem Werbeschild aus den 1950er Jahren bzw. aus späteren Jahren dar. Mit der Demontage, vergleichbar mit dem Abbau eines Gebäudes, gehe jeglicher Bestandsschutz für die bauliche Anlage verloren; die Genehmigung erlösche. Das nun neu errichtete Werbeschild sei folglich ohne Baugenehmigung. Diese Rechtsfolge entspreche auch der Intention der Satzung. Könnte sich der Bauherr auf Bestandsschutz berufen, könnte eine einmal satzungskonform genehmigte Werbung später jederzeit durch eine andere, auch nicht satzungskonforme Werbeanlage ohne jegliche Prüfung durch die Bauaufsicht und eventuell die Denkmalpflege ersetzt werden. Dies entspreche nicht dem Inhalt und der

Zielrichtung der WAS und sei auch nicht mit dem baurechtlichen Institut des Bestandsschutzes zu vereinbaren. Nach dem zwischenzeitlichen Inkrafttreten der WAS entspreche die nun installierte Werbeanlage auch nicht deren Vorgaben. Nach dem Sinn und Zweck der Satzung sei bei der Beurteilung des Tatbestandes „Stätte der Leistung“ das äußere Erscheinungsbild zu bewerten, um das Tatbestandsmerkmal sinnvoll ausfüllen zu können. Gerade in historischen Innenstädten seien Eigentumsverhältnissen oft nicht deckungsgleich mit dem äußeren Erscheinungsbild eines Gebäudes. Eigentumsgrenzen würden nicht selten sogar horizontal durch Hausanwesen verspringen. Um auch in diesen Fallkonstellationen zu befriedigenden Ergebnissen im Sinne des Satzungszwecks gelangen zu können, könne die Beurteilung des Tatbestandsmerkmals „Stätte der Leistung“ nicht allein durch die eigentums- oder mietrechtliche Einordnung erfolgen; vielmehr sei folgerichtig das äußere Erscheinungsbild eines Gebäudes oder Ensembles in die Beurteilung aufzunehmen. Vor diesem Hintergrund befinde sich der Werbeausleger nach dem optischen Eindruck nicht an der „Stätte der Leistung“ am Haus *****, sondern am benachbarten Geschäftshaus ***. Allein die Tatsache, dass die Mauersteine eine Grenz wand im Sinne des Landesnachbarrechtsgesetzes darstellten und sich im Eigentum der Klägerin befänden, genüge nicht. Im vorliegenden Fall bestehe jedoch die Besonderheit, dass es sich bei dem Haus **** um ein herausragendes Einzeldenkmal handele, an dem selbst der Werbeausleger nicht befestigt werden könne. Deshalb könne eine Abweichung gemäß § 10 der WAS zugelassen werden, die auch schriftlich beantragt worden sei. Die Durchführung der Vorschrift § 5 Abs. 3 der WAS würde zu einer nicht beabsichtigten Härte führen, weil ein zusätzlicher Werbeausleger an der „Stätte der Leistung“ nicht installiert werden könne und die Abweichung mit den öffentlichen Belangen, insbesondere der Denkmalpflege sowie den allgemeinen Zielsetzungen dieser Satzung, vereinbar sei. Abweichend von § 5 der WAS könne die Werbeanlage daher an der Hauswand zum Anwesen *** installiert werden. Hinzu komme, dass von dem Zeichen für eine Apotheke an sich, dem schematisierten roten „A“, keine stadträumlich verunstaltende Wirkung ausgehe, soweit sich die Anlage der Gebäudewirkung unterordne und sie die Maße der WAS einhalte. Dies sei hier jedoch nicht der Fall, die Anlage widerspreche den Vorschriften der Satzung, insbesondere über Größe und Proportionen nach § 5 Abs. 1. Eines Beseitigungskonzepts bedürfe es nicht, die WAS stelle eine

ausreichende Handlungsgrundlage dar. Werbeanlagen im Anwendungsbereich der WAS würden nach ständiger Verwaltungsübung dann zur Genehmigung gestellt, wenn die vorher angebrachte Werbung abgebaut oder verändert würde. Bereits vor Inkrafttreten der WAS genehmigte Werbeanlagen hätten Bestandsschutz. Diese Maßgaben würden konsequent eingehalten. Der Gleichbehandlungsgrundsatz sei auch nicht deshalb verletzt, weil die Beklagte solche Werbeanlagen nicht widerrufe, die vor Inkrafttreten der WAS genehmigt worden seien, obwohl sie grundsätzlich nur widerruflich oder befristet genehmigt werden dürften. Die von der Klägerin aufgeführten Sachverhalte seien nicht mit dem vorliegenden vergleichbar. Die Divergenz liege im Zeitpunkt der Genehmigung, nämlich vor oder nach Inkrafttreten der WAS. Für bauliche Anlagen, die einmal genehmigt worden seien, bestehe Bestandsschutz, auch für die vor Inkrafttreten der WAS genehmigten Werbeanlagen bis zu ihrem Abbau. Vor allem bedeute Widerruflichkeit keine freie Widerruflichkeit, vielmehr seien die Voraussetzungen des § 49 Abs. 2 Nr. 1 Verwaltungsverfahrensgesetz – VwVfG - zu beachten. Im Regelfall seien keine außergewöhnlichen Widerrufsgründe vorhanden. Die hier vorhandene, ungenehmigte Nutzung sei in der gegebenen Art und Weise nicht offensichtlich genehmigungsfähig. Die Beseitigungsanordnung sei ferner verhältnismäßig. Die Differenz zwischen dem genehmigungsfähigen und dem tatsächlichen Maß des Werbeauslegers betrage 45 cm in der Breite und mindestens 100 cm in der Höhe und sei somit nicht nur marginal. Die Beseitigungsverfügung sei angemessen. Die Werbeanlage werde durch die Beseitigungsanordnung nicht in ihrer Substanz beeinträchtigt, da sie ohne größere Beschädigungen abmontiert werden könne. Der Klägerin sei die Genehmigungsbedürftigkeit der Anlage bewusst gewesen, dies sei ihr in vielen Gesprächen mitgeteilt worden, so dass auch kein schutzwürdiges Vertrauen auf den Bestand der Werbeanlage bestehen könne. Das öffentliche Interesse an der Stärkung der städtebaulichen Alleinstellungsmerkmale im Stadtraum überwiege das wirtschaftliche Interesse der Klägerin. Die WAS verfolge das baupflegerische Ziel, städtebauliche, architektonische und gestalterische Fehlentwicklung aus dem Stadtbild zu unterbinden und gegebenenfalls zurückzuführen. Besonderer Beachtung bedürfe jeweils die Umgebung von Kulturdenkmälern und Kulturdenkmalensembles als besonders schützenswerte städtebauliche Situation, wie man der Präambel der WAS entnehmen könne. Deshalb sollten

Werbeanlagen zurückhaltend ausgebildet sein und sich der Gebäudewirkung unterordnen. Mit diesem öffentlichen Interesse des Satzungsziels sei der Informationsgehalt von Werbeanlagen, die als Orientierungshilfe im wirtschaftlichen Leben dienen, in ein ausgewogenes Verhältnis zu bringen. Im vorliegenden Fall sei der Hinweis auf eine Apotheke in Form des Erkennungszeichens, des roten „A“, auch in kleinerer, satzungskonformer Art möglich. Damit wäre dem Interesse der Klägerin, Kunden und auch kranken Menschen schnell den notwendigen Informationsgehalt vermitteln zu können, genüge getan. Die Anordnung des Zwangsgeldes sei ebenfalls rechtmäßig.

Nach Zustellung des Widerspruchsbescheides am 13. April 2015 hat die Klägerin am 5. Mai 2015 Klage erhoben.

Die Klägerin ist der Auffassung, dass sie als Apothekerin die öffentliche Aufgabe nach der Berufsordnung für Apotheker der Landesapothekerkammer Rheinland-Pfalz habe, die Bevölkerung mit Arzneimitteln zu versorgen. Sie sei eine sehr wichtige Anlaufstelle für Kranke und Hilfsbedürftige. Eine solch hohe Verantwortung rechtfertige auch die Stellung der Apotheke als eine Stätte zur Erfüllung einer öffentlichen Aufgabe. Im Rahmen ihrer Tätigkeit unterlägen Apotheken aber auch dem allgemeinen Wettbewerb. Werbung sei grundsätzlich im Rahmen des § 15 Abs. 2 der Berufsordnung für Apotheker zulässig. Hieraus folge, dass die Werbung im Sinne des klassischen roten „A“ als Signalschild, aber auch als Anlaufpunkt notwendig sei. Aufgrund der Lage der Apotheke der Klägerin zentral am Markt in unmittelbarer Nähe des Doms und aufgrund der Vielfalt der dort gelegenen Geschäfte und der damit verbundenen Werbeschilder sei es elementar, dass die Apotheke auch von Hilfsbedürftigen und Kranken, aber auch von geschwächten Pilgern, schnell wahrgenommen werde. Aufgrund der versetzten Lage der Apotheke im Verhältnis zum Gebäude *** sei es wichtig, dass das Apothekenschild für die Bevölkerung von allen Seiten sichtbar sei und in der Vielfalt der bunten Werbeschilder der Innenstadt am Hauptmarkt nicht verloren gehe. Dies könne nur erreicht werden, wenn das Werbeschild an der Grenzmauer angebracht werde und nicht beispielsweise an der Eingangstür, da es im letzteren Fall nur eingeschränkt sichtbar wäre. Ausschließlich durch eine Befestigung an der Grenzmauer zu dem Gebäude *** könne sichergestellt werden, dass die

Klägerin ihren beruflichen Auftrag erfüllen könne. Allein ein Hinweis auf die Apotheke der Klägerin in einem ****-Reiseführer genüge nicht, um diese schnell auffinden zu können. Jedenfalls sei die vorliegende Werbeanlage formell legal. Sie sei von der ursprünglichen Genehmigung aus dem Jahre 1953 mitumfasst und stelle kein aliud dar, welches die Genehmigungsfrage erneut auslöse. Die Werbeanlage genieße Bestandsschutz. Bei dem im Jahre 1953 genehmigten Apothekenschild und dem streitgegenständlichen Werbeschild aus dem Jahr 2001 handele es sich nicht um zwei unterschiedliche Bauvorhaben, die die Genehmigungsfrage erneut stellten. Im Rahmen der Fassadensanierung im Jahre 2001 habe sie lediglich die Gelegenheit wahrgenommen, das Werbeschild zu modernisieren. Beide Werbeanlagen hingen auf der gleichen Höhe und wiesen eine minimale, vom durchschnittlichen Betrachter aufgrund der Höhe kaum wahrnehmbare Größenveränderung auf. Lediglich die optische Wahrnehmung der Werbeanlage, also das Layout, sei an den Standard der Zeit angepasst und demzufolge modernisiert worden. Ein Einschreiten sei auch in den Jahren nach Auswechslung des Firmenlogos unterblieben, obwohl die WAS schon in Kraft gewesen sei. Erst im Jahre 2014, also fast sechs Jahre nach Inkrafttreten der WAS und ca. 13 Jahre nach erfolgter Modernisierung verlange die Beklagte die Beseitigung der Anlage. Darüber hinaus sei § 62 Abs. 2 Nr. 1 LBauO sinngemäß auf die Werbeanlage anzuwenden. Das Schild habe in diesem Sinne einen neuen und moderneren „Anstrich“ erhalten.

Zudem sei die Werbeanlage der Klägerin zum Zeitpunkt ihrer Errichtung gemäß § 62 Abs. 1 Nr. 8 a) LBauO genehmigungsfrei gewesen. Es liege bis dato keine Vermessung der Werbeanlage vor, aus der sich ergebe, dass die Werbeanlage zum Zeitpunkt ihrer Errichtung nicht die Voraussetzungen der vorgenannten Norm erfüllt habe. Die Beklagte gehe vielmehr willkürlich gegen die Klägerin vor und wolle einen Präzedenzfall schaffen. Selbst wenn man hier von einem aliud ausgehe, welches die Genehmigungsfrage neu aufwerfen würde, bestehe ein Anspruch auf Erteilung der Genehmigung für die Werbeanlage nach der WAS, sie sei nämlich nach § 4 i.V.m. § 10 der WAS genehmigungsfähig. Insbesondere befinde sich die Werbeanlage an der Stätte der Leistung. Die Mauersteine, an der der Werbeausleger angebracht sei, gehörten zum Anwesen der Klägerin, so dass sich die Werbeanlage am Haus des eigentlichen Apothekengebäudes befände.

§ 7 Abs. 2 der WAS stehe dem nicht entgegen. Wie den Fotoaufnahmen zu entnehmen sei, sei es tatsächlich nicht möglich, den Werbeausleger an anderer Stelle anzubringen, da sich im Erdgeschoss und Obergeschossbereich des Gebäudes Fenster bzw. die Eingangstür befänden. Selbst wenn die Möglichkeit bestünde, den Werbeausleger an der Frontseite der Apotheke anzubringen, wäre das Werbeschild nicht erkennbar, da die angrenzende Gebäudewand hervorspringe und das Apothekenzeichen verdecke. Aus diesen Gründen sei auch ursprünglich das erstmalig errichtete Apothekenzeichen baupolizeilich genehmigt worden, damit die Apotheke auch im Hinblick auf ihre öffentliche Aufgabe entsprechend wahrgenommen werden könne. Dies müsse auch vorliegend berücksichtigt werden. Die von § 7 Abs. 1 der WAS geforderten Maße überschreite die in Rede stehende Werbeanlage wenn überhaupt nur geringfügig. Das klassische Apothekenzeichen weise eine Standardgröße bei Werbeanlagen auf. Ggf. müsse eine Abweichung nach § 10 der WAS zugelassen werden. Für die Klägerin als Betreiberin der Apotheke sei es zwingend notwendig, dass das Werbeschild an der angebrachten Stelle verbleibe. Würde das Zeichen zusammen mit einer Verankerung kleiner ausfallen, würde es nicht mehr auffallen. Es würde sich zudem als unverhältnismäßig erweisen, wenn das Schild wegen einer geringfügigen Größenüberschreitung beseitigt und durch ein kleineres Werbeschild ersetzt werden müsste. Im Übrigen diene die Werbeanlage keinen Kommerzialisierungszwecken und stelle somit keine Gefahr für die öffentliche Sicherheit und Ordnung dar. Die Werbung mit dem roten „A“ sei lediglich ein Hinweis darauf, dass die Apotheke sich in eingerückter Lage tatsächlich am Hauptmarkt befinde und ihre öffentliche Aufgabe dort ausübe. Bei dem derzeit angebrachten roten „A“ handle es sich im Übrigen überhaupt nicht um eine Werbeanlage im klassischen Sinne, sondern um ein Hinweisschild. Ein **** und damit ein Bezug zur „****-Apotheke“ der Klägerin fehle nunmehr, eine konkrete Apotheke werde nicht beworben. Im Gegensatz zu Werbeanlagen unterfielen Hinweisschilder nicht der WAS der Beklagten. Demnach fehle es an einer hinreichenden Ermächtigung in § 88 LBauO. Darüber hinaus habe das VG Köln in seinem Urteil vom 22. März 2011 – 7 K 8382/09 – im Falle einer Tierarztpraxis ausgeführt, dass Werbeverbote nur verfassungskonform seien, wenn sie lediglich berufswidrige Werbung untersagten. Dieser Rechtsgedanke müsse auf den vorliegenden Fall übertragen werden.

Des Weiteren gebe es kein systematisches und nachvollziehbares Beseitigungskonzept der Beklagten, so dass das Herausgreifen der baulichen Anlage der Klägerin willkürlich sei und gegen Art. 3 Abs. 1 Grundgesetz – GG - verstoße. Im Innenstadtbereich von **** – unmittelbar neben dem Gebäude der Klägerin im weiteren Verlauf der ****– befänden sich derart viele gegen die Satzung verstoßenden Werbeanlagen, dass die Entfernung der vorliegenden Anlage in keinem Fall geboten sei. In dem willkürlichen Vorgehen gegen die Klägerin sei ein Verstoß gegen Art. 3 Abs. 1 GG zu sehen. Durch die Werbeanlage werde weder eine negative Vorbildwirkung noch ein Nachahmungseffekt erzeugt. Zudem sei § 70 Abs. 2 S. 3 LBauO zu beachten. In der Nachbarschaft des Apothekengebäudes gebe es zahlreiche Werbeanlagen, deren ursprüngliche Genehmigung unter Berücksichtigung der Satzung widerrufen werden müsste. Insofern könne sich kein Betreiber bzw. Eigentümer einer Werbeanlage im Geltungsbereich des Satzungsgebietes aus Bestandsschutz berufen.

Die Klägerin beantragt,

den Bescheid der Beklagten vom 1. Juli 2014 und den hierzu ergangenen Widerspruchsbescheid vom 24. März 2015 aufzuheben.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte verweist auf die Ausführungen im Bescheid und Widerspruchsbescheid und trägt ergänzend vor, diverse Beispiele von Apotheken in **** zeigten, dass zurückversetzte Gebäude auch ohne Werbeausleger für die Kundschaft sichtbar seien und ihre Aufgaben aus der Berufsordnung des Apothekenwesens erfüllen könnten. Ohnehin sei die Apotheke der Klägerin in jedem ****-Reiseführer als älteste Apotheke Deutschlands nebst Angabe der Örtlichkeit genannt. Vorliegend sei im Rahmen eines Baugenehmigungsverfahrens auch die denkmalrechtliche Genehmigung

einzuholen. Die streitgegenständliche Werbeanlage sei im Geltungsbereich der WAS eine der wenigen Anlagen, für die gar keine Genehmigung vorliege. Ein willkürliches Verwaltungshandeln der Beklagten liege nicht vor. Alle illegalen im Geltungsbereich der WAS angebrachten Werbeanlagen würden sukzessiv aufgegriffen und je nach Prüfungsergebnis legalisiert bzw. deren Beseitigung angeordnet. Andere Städte hätten für die Umsetzung einer Werbesatzung die Zeitspanne von bis zu zehn Jahren avisiert. Die WAS sei mittlerweile sechs Jahre in Kraft und das bisherige Ergebnis der Satzungsumsetzung sei bereits deutlich sichtbar. Sämtliche neu angebrachten Werbeanlagen seien satzungskonform. Die ungenehmigte Werbeanlage der Klägerin falle anderen Gewerbetreibenden negativ auf, die hier eine Ungleichbehandlung im Hinblick auf die Größe sowie Platzierung der Werbeanlage sehen würden. Anderen Werbenden sei im regulären Genehmigungsverfahren ebenfalls keine Abweichung zugestanden worden. Die Beklagte habe die Maße der Werbeanlage ordnungsgemäß ermittelt. Entgegen der Ausführungen im Widerspruchsbescheid sei keine Abweichung nach § 10 der WAS hinsichtlich des Merkmals „Stätte der Leistung“ zu erteilen. Es existierten nicht lediglich einheitliche Größen von Apothekenwerbeanlagen, vielmehr könne jeder Hinweis auf eine Apotheke individuell gestaltet werden.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird Bezug genommen auf die Schriftsätze der Beteiligten, die Widerspruchs- und Verwaltungsakten der Beklagten, die Gegenstand der mündlichen Verhandlung waren, sowie die Sitzungsniederschrift vom 25. November 2015.

Entscheidungsgründe

Die zulässige Anfechtungsklage im Sinne des § 42 Abs. 1 Alt. 1 VwGO hat in der Sache Erfolg.

Die Beseitigungsverfügung der Beklagten vom 1. Juli 2014 und der hierzu ergangene Widerspruchsbescheid des Stadtrechtsausschusses vom 24. März 2015 sind rechtswidrig und verletzen die Klägerin in ihren Rechten (§ 113 Abs. 1 S. 1 VwGO).

Rechtsgrundlage für die Beseitigungsverfügung ist die Vorschrift des § 81 Satz 1 LBauO. Danach kann die Bauaufsichtsbehörde die Beseitigung solcher baulichen Anlagen verlangen, die seit ihrer Errichtung formellem und materiellem Baurecht oder sonstigen öffentlich-rechtlichen Vorschriften widersprechen. Dabei setzt eine rechtmäßige Beseitigungsverfügung zwar grundsätzlich sowohl die formelle als auch die materielle Rechtswidrigkeit des Vorhabens voraus. Ausnahmsweise kann aber auf das gleichzeitige Vorliegen formeller und materieller Rechtswidrigkeit bei Anlagen verzichtet werden, wenn die dem formellen Recht widersprechenden Anlagen ohne wesentlichen Substanzverlust beseitigt werden können, was regelmäßig bei der Beseitigung von Werbeanlagen der Fall ist (Jeromin/Lang, Landesbauordnung Rheinland-Pfalz, Kommentar, 3. Auflage 2012, § 81 Rn. 21 ff.). Dies dient der Sicherung des Systems der präventiven Bau- und Nutzungskontrolle für genehmigungsbedürftige Werbeanlagen (vgl. VGH Kassel, Beschluss vom 6. Juni 2002 – 3 TG 1056/02 –). Hinzukommen muss in diesem Fall aber eine von der Anlage ausgehende negative Vorbildwirkung, die für den Zeitraum bis zur Entscheidung über die Genehmigungsfähigkeit nicht hingenommen werden kann (vgl. OVG NRW, Beschluss vom 13. September 1996 – 11 B 1083/96 –). Zudem sollen dem formell illegal handelnden Bauherrn die wirtschaftlichen Vorteile aus ungenehmigten Nutzungen nicht länger als unbedingt nötig verbleiben; im Zeitpunkt der endgültigen Entscheidung über die materielle Rechtmäßigkeit kann sich nämlich die Aufstellung einer Werbeanlage wirtschaftlich bereits amortisiert haben (vgl. Jeromin, a.a.O., § 52 Rn. 19, m.w.N.). Die vorgenannten Gründe können hier allerdings nicht ins Feld geführt werden, nachdem die Werbeanlage bereits im Jahre 2001 angebracht worden und 13 Jahre lang von der Beklagten unbeanstandet geblieben ist, so dass vorliegend eine rechtmäßige Beseitigungsanordnung neben der formellen auch die Bejahung der materiellen Illegalität voraussetzt.

Unter Anwendung der vorgenannten Grundsätze ist die gegenüber der Klägerin erlassene Beseitigungsanordnung rechtswidrig.

Zwar ist die streitgegenständliche Werbeanlage formell illegal, weil sie ohne die erforderliche Genehmigung errichtet worden ist (vgl. § 62 Abs. 1 Nr. 8 a LBauO,

der hier allein in Betracht kommenden Alternative in der im Jahre 2001 geltenden Fassung).

Danach bedarf es u.a. für das Anbringen oder Ändern von Werbeanlagen bis zu 1 m² Größe, soweit durch Satzung nach § 88 Abs. 1 LBauO keine andere Größe bestimmt ist, keiner Baugenehmigung. Die streitgegenständliche Werbeanlage überschreitet angesichts der durch die Beklagte ermittelten Maße, die von der Klägerin nicht substantiiert in Frage gestellt worden sind, diese Größe. Dies ist bereits ohne Berücksichtigung der zur Anbringung verwendeten und als Teil der Werbeanlage anzusehenden Befestigungswinkel der Fall. Zudem normierte § 2 der „Satzung über die Zulässigkeit, die Anbringung und die Gestaltung von Außenwerbung sowie Automaten in der Stadt *****“ aus dem Jahre 1977, welche nach § 12 Abs. 2 der WAS erst mit deren Inkrafttreten formell außer Kraft gesetzt wurde, eine allgemeine Genehmigungspflicht für die Anbringung von Werbeanlagen auf dem Hauptmarkt; eine der in § 2 aufgeführten Ausnahmen von der Genehmigungspflicht lag hier nicht vor.

Bei dem roten „A“ handelt es sich ferner um eine Werbeanlage im Sinne der Landesbauordnung. Anlagen der Außenwerbung (Werbeanlagen) sind nach § 52 Abs. 1 S. 1 LBauO alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Der Begriff Werbeanlage setzt sich aus drei Komponenten zusammen, nämlich der statischen, funktionellen und visuellen, welche hier erfüllt sind. Zunächst handelt es sich um eine ortsfeste Einrichtung, denn diese ist mittelbar durch Befestigung an einer Hauswand mit dem Erdboden verbunden. Des Weiteren wird hiermit eine bestimmte Zweckbestimmung verfolgt, nämlich zum einen der Hinweis auf die Ausübung eines Gewerbes (den Betrieb einer Apotheke) bzw. auf den Betrieb einer öffentlichen Apotheke, wie der Markensatzung des Deutschen Apothekerverbandes e.V. für die Wort-/Bild-Kollektivmarke „Apotheken-A“ vom 29. Oktober 2010, im Folgenden Markensatzung, – dort Ziffer 4 – entnommen werden kann. Hinzu kommt zum anderen die Ankündigung bzw. Anpreisung des Verkaufs von Produkten. Zwar ist es zutreffend, dass Apotheken auch eine wichtige öffentliche Aufgabe erfüllen und aus dem Grund die auf Apotheken verweisenden Anlagen eine weitergehende

Funktion haben, als solche, die sich auf gewöhnliche, der bloßen Gewinnmaximierung verschriebenen Geschäfte beziehen. Dennoch geht es Betreibern von Apotheken, die untereinander in Wettbewerb stehen, auch darum, ihre Produkte, die nicht notwendigerweise verschreibungspflichtige Arzneimittel sind, anzupreisen, d.h. potenzielle Käufer hinsichtlich eines Produkts kauf- bzw. abnahmebereit(er) zu machen (vgl. zur Definition der Werbeanlage Jeromin, a.a.O., § 52 Rn. 4 ff.). Der Durchschnittsverbraucher und Betrachter der Anlage weiß mit Blick auf das rote „A“, dass er in der Apotheke nicht nur verschreibungspflichtige Medikamente und Hilfe im Notfall erhalten, sondern auch gesundheitsfördernde Produkte im weitesten Sinne erwerben kann. Ferner lässt sich der vorgenannten Markensatzung entnehmen (dort Ziffer 2 / Zweck des Verbandes), dass sich der Deutsche Apothekenverband e.V. der Wahrung und Förderung der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Interessen der Apothekerschaft verschrieben hat. Unter Ziffer 4 der Markensatzung ist auch von Werbung die Rede. Da das rote „A“ vorliegend nicht auf irgendeine Apotheke, sondern gerade auf die im unmittelbaren Umfeld des Schildes gelegene „****-Apotheke“ aufmerksam machen soll, handelt es sich auch ohne Nennung des konkreten Apothekennamens auf dem Schild um Werbung für die klägerische Apotheke. Im Übrigen enthielt auch die im Jahre 1953 genehmigte Werbeanlage nur einen mittelbaren Bezug zur „****-Apotheke“, indem das Schild u.a. einen symbolischen **** aufwies. Schließlich ist die visuelle Komponente ebenfalls gegeben, da die streitgegenständliche Anlage vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar ist.

Eine hiernach erforderliche Genehmigung kann die Klägerin nicht vorweisen. Insbesondere ist die streitgegenständliche Werbeanlage nicht von der Legalisierungswirkung der Baugenehmigung aus dem Jahre 1953 erfasst. Hiermit wurde die Errichtung einer Werbeanlage genehmigt, welche weder in den Ausmaßen noch in ihrer äußeren Gestaltung der jetzigen Anlage entspricht. Die einzige Übereinstimmung ist, dass ein (allerdings wesentlich kleineres) rotes „A“ bereits Teil der im Jahre 1953 genehmigten Anlage war. Dies allein genügt aber nicht. Vielmehr ist mit Ersetzung der Werbeanlage die Identität mit der früheren Anlage verloren gegangen, so dass die ursprüngliche Baugenehmigung keine Geltung mehr beanspruchen kann. Es handelte sich bei der Entfernung der

ursprünglichen und der Anbringung der jetzt vorhandenen Anlage im Jahre 2001 aus Sicht der Kammer um eine genehmigungspflichtige Neuerrichtung einer Werbeanlage und nicht, wie die Klägerin meint, lediglich um eine Instandhaltungsmaßnahme und Anpassung an moderne Zeiten. Die alte Werbeanlage hat keinen bloßen „Neuanstrich“ erhalten, sie ist vielmehr durch etwas gänzlich anderes ersetzt worden. Dabei ist es unerheblich, ob die Größenunterschiede zwischen der alten und der neuen Anlage von einem durchschnittlichen Betrachter wahrgenommen werden. Die seit 2001 angebrachte, veränderte bauliche Anlage war letztlich geeignet, die Genehmigungsfrage neu zu stellen und zu einer abweichenden baurechtlichen und/oder öffentlich-rechtlichen Beurteilung zu gelangen, so etwa im Hinblick auf das Verunstaltungsverbot im Sinne des § 5 LBauO, die Unzulässigkeit einer störenden Häufung von Werbeanlagen gemäß § 52 Abs. 2 S. 2 LBauO bzw. die allgemeine Verkehrssicherungspflicht gemäß § 17 Abs. 2 LBauO einerseits, aber auch im Hinblick auf Fragen des Denkmalschutzes andererseits.

Die Werbeanlage ist auch nicht genehmigungsfähig, da sie mit dem materiellen Baurecht unvereinbar ist. Rechtmäßige Zustände im Sinne des § 81 LBauO können mithin auch mittels Durchführung eines nachträglichen Genehmigungsverfahrens nicht hergestellt werden, weil die Werbeanlage nicht den einschlägigen baurechtlichen oder sonstigen öffentlich-rechtlichen Vorschriften entspricht. Sie ist insbesondere im Hinblick auf die Anforderungen der WAS nicht genehmigungsfähig; dahinstehen kann, ob die Belange nach §§ 13 Abs. 1 S. 1 Nr. 2, Abs. 2 Denkmalschutzgesetz – DSchG - der Erteilung einer denkmalschutzrechtlichen Genehmigung entgegenstehen.

Soweit die Klägerin bestreitet, dass das rote „A“ überhaupt vom Geltungsbereich der WAS erfasst wird, wird auf die obigen Ausführungen zu § 52 LBauO verwiesen, denn wie man der Begründung zu § 1 der WAS entnehmen kann, stimmt der Begriff der Werbeanlage im Sinne des § 1 der WAS mit dem der LBauO überein. Auch räumlich unterfällt die Werbeanlage, wie die Beklagte unter Verweis auf § 2 der WAS zutreffend ausgeführt hat, dem Geltungsbereich der Satzung. Nach § 4 Abs. 1 der WAS steht die Errichtung einer Werbeanlage wie der hier vorliegenden ferner unter Genehmigungsvorbehalt.

Gleichwohl ist die Beseitigungsanordnung rechtswidrig, weil die Beklagte das ihr nach § 81 S. 1 LBauO zustehende und vom Verwaltungsgericht nur in den Grenzen des § 114 VwGO überprüfbare Ermessen nicht fehlerfrei ausgeübt hat.

Nach § 59 Abs. 1 LBauO haben die Bauaufsichtsbehörden darüber zu wachen, dass die baurechtlichen und sonstigen öffentlich-rechtlichen Vorschriften eingehalten werden. Damit ist den Bauaufsichtsbehörden die Aufgabe übertragen worden, den vorgenannten Vorschriften Geltung zu verschaffen. Sie sind aus diesem Grunde gehalten, gegen baurechtswidrige Vorhaben einzuschreiten, so dass die Erfüllung dieses gesetzlichen Auftrages im Allgemeinen ermessensgerecht ist. Aus Art. 3 Abs. 1 GG lässt sich allerdings die Forderung ableiten, das eingeräumte Ermessen in gleich gelagerten Fällen gleichmäßig auszuüben; dem ist die Beklagte hier nicht gerecht geworden. Die Entscheidung der Beklagten, gegen die Klägerin einzuschreiten, erscheint nämlich im Hinblick auf den gemäß Art. 3 GG zu beachtenden Gleichbehandlungsgrundsatz als willkürlich (vgl. OVG Rheinland-Pfalz, Urteil vom 1. September 2005 - 1 A 10613/05.OVG -, ESOVGRP). Der Gleichbehandlungsgrundsatz ist verletzt, wenn die Behörde sich (nur) entschließt, gegenüber einem einzelnen Werbenden einzuschreiten, während sie gegen eine Vielzahl gleich gelagerter Fälle in dem maßgeblichen Bereich nicht vorgeht (vgl. OVG Rheinland-Pfalz, Urteil vom 1. September 2005, a.a.O.). Wie sich aus den in der Widerspruchsakte enthaltenen Lichtbildern ergibt, existieren im Geltungsbereich der Satzung und im Umfeld des Hauptmarktes in Trier eine Vielzahl von Werbeanlagen, die im Widerspruch zur WAS stehen und denen ähnliche Verstöße gegen diese Satzung wie im Falle der Klägerin vorgehalten werden könnten. Dies bestätigte die Beklagte in der mündlichen Verhandlung, indem sie angab, dass im Geltungsbereich der WAS etwa 30 bis 40 Anlagen festgestellt worden seien, die materiell illegal seien. Hinzu kämen Verstöße gegen die Satzung in weiteren 30 bis 40 Fällen, die den Inhabern aufgrund des aus Sicht der Beklagten bestehenden Bestandsschutzes nicht entgegengehalten werden könnten. In einem solchen Fall erscheint es indessen erforderlich, dass die Behörde vor einem Einschreiten gegen einzelne Werbende zunächst ein planvolles Konzept erarbeitet, wie und gegen wen sie vorgeht. Ein solches hatte die Beklagte im maßgeblichen Zeitpunkt des Erlasses des Widerspruchsbescheids aber nicht.

Laut Widerspruchsbescheid vertritt die Beklagte vielmehr die unzutreffende Auffassung, dass es eines Beseitigungskonzepts nicht bedürfe, da die WAS selbst eine ausreichende Handlungsgrundlage darstelle. Ein im Einzelfall erforderliches Eingriffskonzept kann jedoch nicht mit der Ermächtigungsgrundlage gleichgesetzt werden. Hinzu kommt, dass nach § 70 Abs. 2 S. 3 LBauO Werbeanlagen u.a. auf öffentlichen Verkehrsflächen nur widerruflich oder befristet genehmigt werden dürfen. Sollte die Beklagte diese Vorschrift im Falle von Genehmigungserteilungen in der Vergangenheit außer Acht gelassen haben, müsste sie prüfen, ob sie rechtswidrige Baugenehmigungen nunmehr zurücknehmen kann; im Falle der Erteilung einer Baugenehmigung unter Widerrufsvorbehalt müsste sie bei Verstößen der Werbeanlagen gegen die Satzung von ihrem Widerrufsrecht Gebrauch machen. Dann würde sich die Zahl der Werbenden, gegen die die Beklagte einschreiten müsste, voraussichtlich weiter erhöhen. Jedenfalls erscheint es verfehlt, in 30 bis 40 Fällen pauschal von Bestandsschutz auszugehen. Zwar darf sich die Behörde – etwa in Ermangelung ausreichender personeller und sachlicher Mittel – (zunächst) auf die Regelung von Einzelfällen beschränken und gegen Verstöße anlassbezogen vorgehen, wenn sie hierfür sachliche Gründe anzuführen vermag. So hat es das Bundesverwaltungsgericht beispielsweise als rechtmäßig anerkannt, wenn die Behörde einen geeigneten Fall als „Musterfall“ auswählt, um erst nach einer gerichtlichen Bestätigung ihrer Rechtsauffassung gleichartige Fälle aufzugreifen (vgl. OVG Rheinland-Pfalz, Urteil vom 1. September 2005, a.a.O., unter Hinweis auf BVerwG, Beschluss vom 21. Dezember 1990 - 4 B 194/90 -). Eine derartige Fallgestaltung ist aber vorliegend nicht gegeben. Soweit ein Mitarbeiter der Beklagten in der Verwaltungsakte vermerkt hat, dass die Entscheidung von grundsätzlicher Bedeutung sei, da die Frage des Bestandsschutzes bei Werbeanlagen in **** geklärt werden sollte, ist nicht ersichtlich, welche verallgemeinerungsfähige Frage im vorliegenden Fall beantwortet werden soll, zumal vorliegend kein Bestandsschutz besteht. Vielmehr ist das erfolgte Einschreiten der Beklagten im vorliegenden Fall ein solches, das gerade nicht in ein hier notwendiges Eingriffskonzept eingebettet ist, welches das weitere Vorgehen gegen vergleichbare Fälle in diesem Gebiet regelt.

Auch wenn es im Ergebnis hier nicht drauf ankommt, weist die Kammer ergänzend auf Folgendes hin:

Bei Erlass des Widerspruchsbescheids als dem für die Beurteilung der Rechtmäßigkeit der Werbeanlage maßgeblichen Zeitpunkt musste die Genehmigungsfähigkeit der Anlage anhand der WAS der Beklagten beurteilt werden, an deren Wirksamkeit keine Zweifel bestehen (vgl. zum Normenkontrollverfahren diesbezüglich: OVG Rheinland-Pfalz, Urteil vom 11. Juni 2010 – 8 C 11347/09.OVG –). Das Vorhaben entspricht nicht in jeder Hinsicht den Anforderungen der Satzung.

Zwar steht dem Vorhaben § 5 Abs. 3 S. 1 der WAS nicht entgegen, demzufolge Werbeanlagen nur an der Stätte der Leistung zulässig sind. Als Stätte der Leistung im Sinne des § 52 LBauO, auf den vorliegend zur Konkretisierung des in der WAS verwandten Begriffs zurückgegriffen werden kann (§ 3 Abs. 3 der WAS), ist der Bereich zu beurteilen, in dem ein Gegenstand, für den geworben wird, hergestellt, angeboten, gelagert oder verwaltet wird. Die Werbeanlage muss dabei einen unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit der Stätte der Leistung wahren. Zudem ist einzuschränken, dass es sich um eine eigene Leistung desjenigen, der die Waren an dieser Stätte zum Verkauf anbietet, herstellt, lagert oder verwaltet, handeln muss. Dem Gewerbetreibenden soll damit die Möglichkeit gegeben werden, werbend nach außen auf die Existenz seines Betriebes oder Ladens hinzuweisen und auf seine Angebote aufmerksam zu machen. Mit der Werbeanlage kann auch für Produkte geworben werden, die in einem nahe gelegenen Einkaufsmarkt zum Verkauf angeboten werden, sofern es sich erkennbar um eine eigene Leistung der Verkaufsstätte handelt (vgl. VG Trier, Urteil vom 25. Oktober 2006 – 5 K 462/06.TR -, ESOVGRP). Danach befindet sich die Werbeanlage hier (noch) an der Stätte der Leistung. Der Beklagten ist zwar insofern zuzustimmen, als die Werbeanlage dem äußeren Anschein nach (ohne Berücksichtigung von Eigentumsverhältnissen an der Grenz wand der Häuser **** am Gebäude *** befestigt ist. Dennoch ist aus Sicht der Kammer der räumliche Zusammenhang zwischen der ****-Apotheke und dem Befestigungsort der Werbeanlage gegeben. Der hervorspringende Erker des Apothekengebäudes ist weniger als einen Meter von der Werbeanlage entfernt. Unter Berücksichtigung der in der Widerspruchsakte vorhandenen Lichtbilder können für einen Durchschnittsbetrachter, der sich vor der Apotheke aufhält, keine Zweifel darüber entstehen, auf welchen Betrieb mittels der Anlage aufmerksam gemacht werden

soll. Hinzu kommt, dass laut Begründung zu § 5 der Satzung die Beschränkung von Werbung auf die Stätte der Leistung den Zweck verfolgt, die architektonischen Besonderheiten und städteräumlichen Bezüge der Stadt besser zur Geltung kommen zu lassen. Dadurch, dass die Werbeanlage gerade nicht direkt am Einzeldenkmal **** angebracht wird, wird dem Satzungszweck umso stärker Rechnung getragen, da die Fassade dieses Gebäudes von Werbeanlagen in Form eines Auslegers frei gehalten wird. Die architektonischen Besonderheiten dieses Gebäudes rücken so stärker in den Vordergrund, ohne dass solche des Gebäudes *** in den Hintergrund gedrängt würden.

Allerdings sind Werbeanlagen nach § 5 Abs. 4 S. 1 der WAS nur im Bereich des Erdgeschosses bis zur Brüstung des ersten Obergeschosses zulässig. Das rote „A“ ragt aber hier über die Brüstung des ersten Obergeschosses hinaus. Ein Ausnahmefall nach § 5 Abs. 4 S. 2 der WAS liegt nicht vor, denn die Apotheke ist nicht im ersten Obergeschoss des Gebäudes *** untergebracht.

Des Weiteren verstößt die Werbeanlage gegen § 7 Abs. 1 der WAS, denn ausweislich der von der Beklagten ermittelten Maße überschreitet die Ausladung die danach höchstens zulässigen 75 cm; sie beträgt mindestens 1,12 m, unter Hinzurechnung der weiter hinausragenden Metallspitze sogar rund 1,2 m. Hinzu kommt, dass die Anlage in ihrer Höhenentwicklung nicht in den in § 6 Abs. 3 der WAS definierten Bereich der Bezugsgrundfläche angeordnet wurde (vgl. § 7 Abs. 3 der WAS). Die Werbeanlage hätte nur auf der Fläche zwischen den Fenstern des Erdgeschosses und den Fenstern des Obergeschosses angeordnet werden dürfen. Ausweislich der in der Akte befindlichen Lichtbilder überragt die Anlage diesen Bereich.

Zwar kann nach § 10 der WAS von den Vorschriften dieser Satzung auf schriftlichen Antrag hin eine Abweichung zugelassen werden, wenn deren Durchführung im Einzelfall zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führen würde und die Abweichung mit den öffentlichen Belangen und den allgemeinen Zielsetzungen dieser Satzung vereinbar ist. Selbst wenn man in der Ankündigung der Klägerin im Rahmen des Verwaltungsverfahrens, im Falle des Erlasses einer Beseitigungsanordnung einen Antrag auf Zulassung einer Abweichung stellen zu

wollen, einen schriftlichen Antrag im Sinne der Satzung sehen wollte, so ist das der Beklagten zustehende Ermessen hier nicht auf Null reduziert. Insbesondere kann die Kammer der pauschalen Behauptung der Klägerin, wonach die Anbringung einer kleineren Anlage nicht möglich sei, nicht folgen. Sie hat nicht belegen können, dass nur Werbeanlagen für Apotheken in dieser einen Einheitsgröße verfügbar sind. Hiergegen spricht die Vielzahl von individuell gestalteten „A“-Schildern anderer Apotheken in **** sowie die Markensatzung, welche unter Ziffer 5 allgemeine Bedingungen für die Benutzung der Kollektivmarke statuiert (Form, Farbe, etc.), ohne Größenvorgaben zu machen. Ferner sind die vorgehend angeführten Verstöße gegen die WAS nicht bloß marginal. Der Klägerin kann durchaus zugemutet werden, eine Werbeanlage am Gebäude *** anzubringen, die mit der WAS in Einklang steht. Auch dann wäre das ohnehin auffällige rote „A“ für die Bevölkerung hinreichend wahrnehmbar. Es ist nicht ersichtlich, zu welcher offenbar nicht beabsichtigten Härte die Durchführung der vorgenannten Vorschriften, gegen die das Vorhaben verstößt, führen würde. Auch die von der Klägerin angeführte Entscheidung des VG Köln vom 22. März 2011 - 7 K 8382/09 – führt zu keinem anderen Ergebnis. Hieraus kann bereits nicht abgeleitet werden, dass rechtmäßige Beseitigungsanordnungen in Hinblick auf Werbeanlagen mit Bezug zu öffentlichen Aufgaben nur bei einem gegen die einschlägigen Berufsordnungen verstoßenden Inhalt erlassen werden können. Der dem vorgenannten Urteil zugrundeliegende Sachverhalt weist keinen Bezug zu Anforderungen einer Werbeanlagensatzung einer Gemeinde auf. Anders als dort hat die Beklagte die Beseitigungsanordnung nicht auf Verstöße gegen die Berufsordnung der Apotheker gestützt.

Ferner steht der Beseitigung der Werbeanlage kein materiell-rechtlicher Bestandsschutz entgegen. Diese Anlage stand nicht über einen namhaften bzw. beachtlichen Zeitraum (vgl. hierzu BVerwG, Urteile vom 26. Mai 1978 – 4 C 9.76 -, sowie vom 13. Juni 1980 – 4 C 98.77 -, juris) mit den für ihre Beurteilung maßgeblichen baulichen und öffentlich-rechtlichen Vorschriften in Übereinstimmung. War eine Baulichkeit im Zeitpunkt ihrer Errichtung oder Änderung materiell legal, so bleibt zwar nachträglich ungünstigeres Recht außer Betracht. Die Bauaufsichtsbehörde hat nämlich eine nach neuem Recht rechtswidrige Baulichkeit zu dulden, wenn sie im Zeitpunkt der Errichtung nach

früherem Recht rechtmäßig war (vgl. Jeromin/Lang, a.a.O., § 81 Rn. 16; BVerwG, Urteil vom 22. Januar 1971 – 4 C 62.66 -, juris). Diese Voraussetzung ist hier jedoch nicht erfüllt. Die streitgegenständliche Werbeanlage wurde nämlich nicht erst mit Inkrafttreten der WAS Ende 2008 materiell illegal. Vielmehr widersprach sie bereits der (Vorgänger-) „Satzung über die Zulässigkeit, die Anbringung und die Gestaltung von Außenwerbung sowie Automaten in der Stadt Trier“ aus dem Jahre 1977. Sie widersprach zum einen § 5 Abs. 1 d) der vorgenannten Satzung, wonach eine Werbeanlage in der Zone 1, zu der auch der Hauptmarkt zählte, u.a. dann zulässig war, wenn der Flächeninhalt innerhalb der äußeren Begrenzungslinien höchstens 1 m² betrug; zu einem entsprechenden Verstoß wurde bereits oben ausgeführt. Ferner waren nach § 5 Abs. 2 a) der Satzung innerhalb der Zone 1 Werbeanlagen jeder Art oberhalb der Brüstung des ersten Obergeschosses unzulässig, mit der Ausnahme, dass sich die Werbung auf einen im betreffenden Geschoss ansässigen eigenständigen Betrieb bezog. Die in der Verwaltungsakte enthaltenen Lichtbilder zeigen, dass sich ein Teil der streitgegenständlichen Werbeanlage oberhalb der Brüstung des ersten Obergeschosses befindet, ohne dass im ersten Obergeschoss die Apotheke belegen wäre. Insofern kann dahinstehen, ob die Klägerin sich erst auf materiell-rechtlichen Bestandsschutz hätte berufen können, wenn die Beklagte zuvor einen Duldungsverwaltungsakt erlassen hätte (vgl. Hessischer VGH, Beschluss vom 10. November 1994 – 4 TH 1864/94 –).

Mangels eines rechtmäßigen Verwaltungsaktes kann die verfügte Androhung eines Zwangsgeldes keinen Bestand haben.

Nach alledem ist der Klage stattzugeben.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 154 Abs. 1 VwGO, die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit des Urteils wegen der Kosten ergibt sich aus §§ 167 VwGO, 708 Nr. 11, 711 ZPO.

Gründe, nach § 124a Abs. 1 VwGO die Berufung zuzulassen, sind nicht gegeben, denn die Rechtssache hat weder grundsätzliche Bedeutung im Sinne § 124 Abs. 2

Nr. 3 VwGO noch liegt eine Abweichung von obergerichtlicher Rechtsprechung im Sinne des § 124 Abs. 2 Nr. 4 VwGO vor.

Rechtsmittelbelehrung

Die Beteiligten können **innerhalb eines Monats** nach Zustellung des Urteils die **Zulassung der Berufung** durch das Oberverwaltungsgericht Rheinland-Pfalz **beantragen**. Dabei müssen sie sich durch einen Rechtsanwalt oder eine sonstige nach Maßgabe des § 67 VwGO vertretungsbefugte Person oder Organisation vertreten lassen.

Der Antrag ist bei dem **Verwaltungsgericht Trier**, Egbertstraße 20a, 54295 Trier, schriftlich oder in elektronischer Form zu stellen. Er muss das angefochtene Urteil bezeichnen.

Innerhalb **von zwei Monaten** nach Zustellung des Urteils sind die Gründe darzulegen, aus denen die Berufung zuzulassen ist. Die Begründung ist, soweit sie nicht bereits mit dem Antrag vorgelegt worden ist, bei dem **Oberverwaltungsgericht Rheinland-Pfalz**, Deinhardpassage 1, 56068 Koblenz, schriftlich oder in elektronischer Form einzureichen.

Die elektronische Form wird durch eine qualifiziert signierte Datei gewahrt, die nach den Maßgaben der Landesverordnung über den elektronischen Rechtsverkehr in Rheinland-Pfalz (ERVLVO) vom 10. Juli 2015 (GVBl. S. 175) zu übermitteln ist.

Die Berufung kann nur zugelassen werden, wenn

1. ernstliche Zweifel an der Richtigkeit des Urteils bestehen,
2. die Rechtssache besondere tatsächliche oder rechtliche Schwierigkeiten aufweist,
3. die Rechtssache grundsätzliche Bedeutung hat,
4. das Urteil von einer Entscheidung des Oberverwaltungsgerichts, des Bundesverwaltungsgerichts, des gemeinsamen Senats der obersten Gerichtshöfe des Bundes oder des Bundesverfassungsgerichts abweicht und auf dieser Abweichung beruht oder
5. ein der Beurteilung des Berufungsgerichts unterliegender Verfahrensmangel geltend gemacht wird und vorliegt, auf dem die Entscheidung beruhen kann.

Dierkes

Braun

Kielkowski

Beschluss

Der Streitwert wird auf 5.000,00 € festgesetzt (§§ 52 Abs. 1, Abs. 2 GKG)

Gegen die Festsetzung des Streitwertes steht den Beteiligten und den sonst von der Entscheidung Betroffenen die **Beschwerde** an das Oberverwaltungsgericht Rheinland-Pfalz zu, wenn der Wert des Beschwerdegegenstands 200,00 € übersteigt.

Die Beschwerde ist nur zulässig, wenn sie **innerhalb von sechs Monaten**, nachdem die Entscheidung zur Hauptsache Rechtskraft erlangt oder das Verfahren sich anderweitig erledigt hat, eingelegt wird.

Die Beschwerde ist bei dem **Verwaltungsgericht Trier, Egbertstraße 20a, 54295 Trier**, schriftlich, in elektronischer Form oder zu Protokoll der Geschäftsstelle einzulegen.

Die elektronische Form wird durch eine qualifiziert signierte Datei gewahrt, die nach den Maßgaben der Landesverordnung über den elektronischen Rechtsverkehr in Rheinland-Pfalz (ERVLVO) vom 10. Juli 2015 (GVBl. S. 175) zu übermitteln ist.

Dierkes

Braun

Kielkowski