



**LBM**

**LANDESBETRIEB  
MOBILITÄT  
TRIER**

Landesbetrieb Mobilität, Dasbachstr. 15c, 54292 Trier

Kreisverwaltung Bernkastel-Wittlich  
Bauen und Umwelt  
Frau Kerstin Schmidt  
Kurfürstenstraße 16

54516 Wittlich



Ihre Nachricht:  
vom 8.6.2020  
BA2020/0458

Unser Zeichen:  
(bitte stets angeben)  
425/20 IV/J

Ihr Ansprechpartner:  
Manfred Johannes  
E-Mail:  
Manfred.Johannes  
@LBM-Trier.RLP.de

Durchwahl:  
(0651) 9796-1701  
Fax:  
(0261) 29 141-6256

Datum:  
30.6.2020

**01. Juli 2020**

**Bauantrag Michael Götten, Am Borngraben 7, 54518 Altrich für die Errichtung einer LED-Videowand („Videowall“) auf der Gemarkung Wittlich, Flur 7, Flurstück Nr. 373/4 im Zuge der L 52 zwischen Straßennetzknotten 6007006 und Straßennetzknotten 6007074 etwa bei Station 0,440 rechts innerhalb der Ortsdurchfahrtsgrenzen**

Sehr geehrte Damen und Herren;

mit Schreiben vom 08.06.2020 haben Sie zum o.g. Bauvorhaben um fachtechnische Stellungnahme gebeten. Sogenannte „Videowalls“ sind innerhalb der Ortsdurchfahrten sehr umstritten, da nach herrschender Meinung und überwiegender Rechtsprechung Werbeanlagen in innerstädtischen Bereichen – anders als im Bereich der freien Strecke- zwischenzeitlich zu den üblichen Erscheinungsformen gehören, mit denen ein durchschnittlich aufmerksamer Verkehrsteilnehmer rechnet und auf die er sich einstellt. Nur in den Fällen, in denen eine „Gefährdung der Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs“ vorliegt oder mit an Sicherheit angrenzender Wahrscheinlichkeit zu erwarten ist, ist eine Ablehnung einer Werbeanlage nach § 17 LBauO (s.a. § 23 Abs. 7 LStrG) daher zulässig bzw. verhältnismäßig.

Anders als bei gewöhnlichen Plakattafeln tritt bei Werbeanlagen mit wechselnden Bildern kein langfristiger Gewöhnungseffekt ein, so dass von einem anhaltenden Ablenkungseffekt ausgegangen werden kann. Wie groß diese Ablenkungswirkung im konkreten Fall sein wird und ob sie die Schwelle überschreitet, jenseits derer eine Gefährdung der Sicherheit und Ordnung des Verkehrs anzunehmen ist, lässt sich nicht an allgemeinen Vermutungen über die Gewöhnung der Verkehrsteilnehmer an Ablenkungen festmachen, sondern kann von vielen tatsächlichen Faktoren abhängen, deren Vorliegen und Gewicht für jeden vorgesehenen Standort einer Werbeanlage mit Bildwechsel festgestellt werden muss.

Besucher:  
Dasbachstr. 15c  
54292 Trier

Fon: (0651) 9796-0  
Fax: (0651) 9796-1480  
Web: lbm.rlp.de

Bankverbindung:  
Rheinland-Pfalz Bank  
(LBBW)  
IBAN:  
DE23600501017401507624  
BIC: SOLADEST600

Geschäftsführung:  
Dipl.-Ing. Arno Trauden



**RheinlandPfalz**

Die Frage der Gefährdung der Sicherheit des Verkehrs, worunter auch der Radfahrer und Fußgängerverkehr zu zählen ist, richtet sich nach den örtlichen Verhältnissen (Beampelung, Straßenführung, Mehrspurigkeit, Bus- und Radfahrerspurten usw.) und den daraus folgenden Anforderungen an die Aufmerksamkeit der Verkehrsteilnehmer. Nach allgemeiner Auffassung in der Rechtsprechung ist bei der Frage der Verkehrsgefährdung unter anderem nach der Art der zu errichtenden Werbeanlage und den sich daraus ergebenden Ablenkungswirkungen zu differenzieren.

Nach derzeitiger Rechtsprechung genügt eine abstrakte Gefährdung allerdings nicht. Entscheidend ist, ob durch die geplante Werbeanlage ein Zustand geschaffen wird, der eine konkrete Gefährdung erwarten lässt (u.a. OVG Münster, Urte. v. 18.09.1992 – 11 A 149/91 -; Urte. v. 17.04.2004 - 10 A 4188/01 -. OVG Koblenz, Urte. v. 18.08.2005 - 1 A 10507/05.OVG - und Beschl. v. 13.12.2011 - 8 A 11068/11.OVG). Eine konkrete Gefahr ist dabei gegeben, wenn aus einer tatsächlich vorhandenen Situation hinreichend wahrscheinlich eine Gefährdung der betroffenen Rechtsgüter erfolgt. Gerade in dem jeweiligen Einzelfall muss in überschaubarer Zukunft mit einem Schadenseintritt zu rechnen sein. Dabei hängen die Anforderungen an die Wahrscheinlichkeit von der Qualität des möglicherweise eintretenden Schadens ab. Da mit dem Leben und der Gesundheit der Verkehrsteilnehmer und der übrigen möglicherweise vom Verkehrsgeschehen betroffenen Menschen hohe Schutzgüter in Rede stehen, dürfen an die Feststellung der Wahrscheinlichkeit des Schadenseintritts keine übermäßig hohen Anforderungen gestellt werden (vgl. OVG Münster, Urte. v. 18.09.1992 - 11 A 149/91 -, Beschl. v. 21.11.2000 - 7 A 5203/00 -; Urte. v. 06.02.2003 - 10 A 3464/01 -; Urte. v. 17. April 2004 - 10 A 4188/01 -).

Im Vergleich zu herkömmlichen Werbeanlagen führen Werbeanlagen mit beweglichen oder wechselnden Bildern zu einer qualitativ gesteigerten visuellen Ablenkung von Kraftfahrzeugführern. Es gilt der Grundsatz, dass ein Betrachter auf bewegliche Anlagen empfindlicher reagiert als auf ruhende Objekte. Diese Wirkung wird durch die Erzeugung eines Überraschungseffektes und die Weckung der Neugier (auf das nächste Bild) hervorgerufen und verstärkt (Vgl. OVG Münster, Urte. v. 18.09.1992 - 11 A 149/91 - juris). Maßgebend für die Beurteilung ist sind jedoch weiterhin die im Einzelfall vorliegenden konkreten örtlichen Verhältnisse, insbesondere die Straßen und Verkehrsverhältnisse einschließlich bereits bestehender Gefahrensituationen, andererseits die Fähigkeit eines durchschnittlichen Verkehrsteilnehmers, die Situation zu bewältigen (vgl. OVG Münster, Urte. v. 18.09.1992 - 11 A 149/91 - juris).

Die Werbeanlage ist in der Kurfürstenstraße (L 52) in Wittlich vorgesehen, bei der es sich gleichzeitig auch um eine der wichtigsten innerstädtischen Verkehrsverbindungen handelt. Die L 52 hatte im Jahr 2015 eine Verkehrsbelastung von 9.251 Kfz/24 (Zählstellennummer 60070332). Im fraglichen Streckenverlauf liegen mehrere Knotenpunkte in kurzer Abfolge von denen einige beamgelt (mit Regelungen für Fußgänger) sind. Zudem sind hier zahlreiche Gewerbebetriebe, Gastronomiebetriebe sowie eine Schule etabliert. In räumlicher Nähe liegt eine Bushaltstelle sowie mehrere Parkbuchten (seitliche Aufstellung). Aufgrund der örtlichen Gegebenheiten darf von einer anspruchsvollen (schwierigen) Verkehrssituation ausgegangen werden, deren Komplexität die volle Konzentration des Kraftfahrzeugführers erfordert, um Unfälle zu vermeiden. Hier sei bemerkt, dass insbesondere die Schüler der gegenüberliegenden Schule hier eine besonders gefährdete Personengruppe darstellen, da diese häufig an beliebigen Stellen die Fahrbahn kreuzen und zusätzlich durch Mobiltelefone und anregenden Gesprächen in der Gruppe erheblich vom Verkehrsgeschehen abgelenkt sind.

- In diesem Zusammenhang ist erwähnenswert, dass laut einer Studie der Allianz Deutschland bei mehr als jedem zehnten schweren Unfall in Deutschland der Fahrer abgelenkt war. Damit würden **mehr Unfälle durch Ablenkung verursacht als durch Alkohol** (Quelle: <https://www.tz.de/auto/verkehrsstudie-handys-sind-unfallursache-nummer-eins-vor-alkohol-7031501.html>).

- Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) hat ermittelt, dass im Jahre 2017 **21 Prozent aller tödlich Verunglückten im Straßenverkehr in Europa Fußgänger** waren.
- Eine Auswertung der österreichischen Polizei belegt, dass zwischenzeitlich jeder fünfte Fußgängerunfall in Österreich auf **Ablenkung durch Smartphones** zurückzuführen sind.

Die Fakten belegen, dass Ablenkung der Verkehrsteilnehmer –sowohl der Kraftfahrzeugführer als auch der Fußgänger/Radfahrer – ein hohes Risiko für Unfälle im Verkehrsraum darstellen und damit ein gewichtiges Argument in der Prüfung der „Gefährdung der Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs“ darstellen.

An dieser Stelle erlauben wir uns zudem einen Hinweis auf eine Studie des IfADo – Leibniz-Institut für Arbeitsforschung an der TU Dortmund („Effects of Visual and Acoustic Distraction on Driving Behavior and EEG in Young and Older Car Drivers: A Driving Simulation Study; Melanie Karthaus, Edmund Wascher and Stephan Getzmann“) in der zweifelsfrei die Feststellung getroffen wird, dass visuelle Ablenkung den Bremsweg verlängert und Reizüberflutungen zu kritischem Fahrverhalten führen.

Unter Berücksichtigung dieser Maßstäbe und der örtlichen Gegebenheiten im Umfeld der geplanten Werbeanlage, ist die Annahme, dass die geplante Anlage eine konkrete Verkehrsgefährdung erwarten lässt, gerechtfertigt. Es handelt sich um eine Anlage mit automatischem Bildwechsel, von der bereits grundsätzlich eine erhöhte Ablenkungswirkung ausgeht. Weiterhin stellt sich die örtliche Verkehrssituation in dem zeitweilig stark durch Fußgänger frequentierten Bereich als schwierig und komplex dar. In dem Einwirkungs- bzw. Ablenkungsbereich der geplanten Anlage sind von den Verkehrsteilnehmern, insbesondere von den Fahrzeugführern und Fußgängern, auf engem Raum vielfältige und zum Teil komplexe Verkehrsvorgänge zu bewältigen, welche ein hohes Maß an Aufmerksamkeit und Konzentration verlangen.

Die geplante Anlage würde damit unseres Erachtens zu einer Erhöhung der Unfallgefahr und somit zu einer latenten Gefährdung der Verkehrssicherheit führen. Nach unserem Dafürhalten reicht es nicht aus, durch Auflagen und Bedingungen die Werbewirksamkeit der Werbeanlage auf ein Mindestmaß zu beschränken.

Mit freundlichen Grüßen  
Im Auftrag

  
Klaus Wagner

Im Auftrag

  
Manfred Johannes