

TE Vwgh Erkenntnis 2011/9/6 2009/05/0248

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 06.09.2011

Index

L37129 Benützungsabgabe Gebrauchsabgabe Wien;
10/07 Verwaltungsgerichtshof;
40/01 Verwaltungsverfahren;

Norm

AVG §37;
AVG §45 Abs2;
AVG §52;
GebrauchsabgabeG Wr 1966 §2 Abs2;
VwGG §42 Abs2 Z3 litc;
1. AVG § 37 heute
2. AVG § 37 gültig ab 01.01.1999 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 158/1998
3. AVG § 37 gültig von 01.02.1991 bis 31.12.1998
1. AVG § 45 heute
2. AVG § 45 gültig ab 01.02.1991
1. AVG § 52 heute
2. AVG § 52 gültig ab 01.01.2026 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 82/2025
3. AVG § 52 gültig von 01.01.2002 bis 27.11.2001 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 471/1995
4. AVG § 52 gültig von 01.07.1998 bis 31.12.2025 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 471/1995
5. AVG § 52 gültig von 01.07.1998 bis 30.06.1998 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 471/1995
6. AVG § 52 gültig von 01.07.1995 bis 30.06.1998 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 471/1995
7. AVG § 52 gültig von 01.02.1991 bis 30.06.1995
1. VwGG § 42 heute
2. VwGG § 42 gültig ab 01.01.2014 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 33/2013
3. VwGG § 42 gültig von 01.07.2012 bis 31.12.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 51/2012
4. VwGG § 42 gültig von 01.07.2008 bis 30.06.2012 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 4/2008
5. VwGG § 42 gültig von 01.01.1991 bis 30.06.2008 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 330/1990
6. VwGG § 42 gültig von 05.01.1985 bis 31.12.1990

Betreff

Der Verwaltungsgerichtshof hat durch den Vorsitzenden Senatspräsident Dr. Kail und die Hofräte Dr. Enzenhofer und

Dr. Moritz sowie die Hofrätinnen Dr. Pollak und Mag. Rehak als Richter, im Beisein der Schriftführerin Mag. Kalanj, über die Beschwerde der H GmbH in Wien, vertreten durch Dr. Johannes Patzak, Rechtsanwalt in 1010 Wien, Johannesgasse 16, gegen den Bescheid des Berufungssenates der Stadt Wien vom 25. Juni 2009, Zl. MA 64-1100/2009 und MA 64-1101/2009, betreffend Gebrauchserlaubnis (weitere Partei: Wiener Landesregierung), zu Recht erkannt:

Spruch

Der angefochtene Bescheid wird wegen Rechtswidrigkeit infolge Verletzung von Verfahrensvorschriften aufgehoben.

Die Bundeshauptstadt Wien hat der beschwerdeführenden Partei Aufwendungen in der Höhe von EUR 1.326,40 binnen zwei Wochen bei sonstiger Exekution zu ersetzen.

Begründung

Mit zwei Ansuchen jeweils vom 19. Mai 2008 beantragte die beschwerdeführende Partei die Bewilligung nach dem Wiener Gebrauchsabgabegesetz für die Errichtung jeweils einer Bezirksinformationsanlage (City Light) an den Standorten Simmeringer Hauptstraße Nr. 18-20 bzw. Simmeringer Hauptstraße gegenüber Nr. 93. Die Magistratsabteilung 19 (Architektur und Stadtgestaltung) gab zu jedem der beiden Standorte eine Stellungnahme jeweils vom 19. Jänner 2009 ab. Darin wird jeweils zunächst festgehalten, dass es sich bei den Vitrinen auf Grund ihrer Ausgestaltung mit Aluminiumkasten und ESG-Sicherheitsglas zwischen Aluminiumrundrohren um zeitgemäß gestaltete Werbeanlagen handle. Die beiden Plakatflächen seien bei diesem Werbeanlagentyp hinterleuchtet. Die Gesamtausmaße der Werbeanlagen betrügen je 2,19 m (Höhe) x 1,52 m (Breite) und 0,09 m (Tiefe).

Zum Aufstellungsort Simmeringer Hauptstraße gegenüber Nr. 93 hielt die MA 19 in der Folge fest, dieser liege am Enkplatz unmittelbar vor dem U-Bahn-Abgang. Die Errichtung der Vitrine solle normal zur Gehsteigkante auf einer erweiterten Gehsteigfläche vor einer Grünfläche erfolgen. Der Enkplatz sei mit seinen öffentlichen Einrichtungen und dem den Platz beherrschenden Kirchenbau das eigentliche Bezirkszentrum. Die umgebende Bebauung weise neben diesen Funktionen vornehmlich eine Wohnnutzung auf. Der Enkplatz verfüge über eine charakteristische Gestaltung und sei durch seine öffentlichen Einrichtungen als Kommunikationsort mit Zentrumsfunktion zu bezeichnen.

Zum Standort Simmeringer Hauptstraße Nr. 18-20 legte die MA 19 dar, der Aufstellungsort befinde sich unmittelbar bei der Einmündung der Dampfmühlgasse. Die Errichtung der Vitrine solle normal zur Gehsteigkante auf einer erweiterten Gehsteigfläche erfolgen. Die Simmeringer Hauptstraße weise im unmittelbar betroffenen Abschnitt von der Litfaßstraße bis zur Dampfmühlgasse stadträumlich gestaltwirksame Baumpflanzungen auf. Das etwas weiter gefasste Umfeld von der Querung der A 23 bis zur Geystraße sei als Einzugsbereich zum bezirkssentralen Areal um den Enkplatz zu sehen. Der überwiegende Teil seiner straßenbegleitenden Bebauung zeichne den Straßenraum als einen mit überwiegender Wohnnutzung aus, wobei die Erdgeschoße Geschäftslokalen vorbehalten seien. Insofern sei die Simmeringer Hauptstraße als Einkaufsstraße zu bezeichnen.

In weiterer Folge wird in den Stellungnahmen der MA 19 gleichlautend auf Rechtsvorschriften und Judikatur eingegangen, ferner wird ein Gestaltungskonzept für den öffentlichen Raum dargestellt, sodann der Stadtraum, Werbeanlagengruppen und -arten im öffentlichen Raum, Bestandsaufnahmen der Werbeanlagen in Wien, eine Straßenraumkategorisierung, Ziele und Maßnahmen sowie Standortkriterien zur Aufstellung von Werbeanlagen im öffentlichen Raum. Der zuletzt genannte Punkt (2.7) lautet wie folgt:

"2.7. Standortkriterien zur Aufstellung von Werbeanlagen im öffentlichem Raum

Der in Bewegungs-, Ruhe- und Funktionsbereiche zonierte öffentliche Raum wird durch eine Vielzahl von Elementen mit unterschiedlichen Funktionen besetzt. Die Notwendigkeit ihres Bedarfes lässt sich aus einem unmittelbaren öffentlichen Interesse ableiten. In der Hierarchie der Notwendigkeit stehen solche Elemente wie z.B. Mistkübel, Telefonzellen, Hydranten, Postkästen, Verkehrszeichen, Straßenpoller, Wartehallen, Bauten für U-Bahn oder Lüftungen, usw. an oberster Stelle um im öffentlichen Raum die primären Grundbedürfnisse der Bevölkerung abzudecken. Diese Elemente sind grundsätzlich gut sichtbar und gut erreichbar aufzustellen. Darüber hinaus lebt der öffentliche Raum von Elementen, die zu einer besseren Gestaltung und Nutzbarkeit beitragen und die Lebensqualität in der Stadt anheben. Hier seien z. B. Grünflächen, Baumreihen, Parkbänke, Trinkbrunnen, Kunstgegenstände, freie Flächen für temporäre Veranstaltungen und dgl. genannt.

Erst wenn im öffentlichen Raum all diese primären Bedürfnisse erfüllt sind, kann eine weitere Verwendung des öffentlichen Raumes für kommerzielle Interessen in Erwägung gezogen werden. In diesen Bereich fallen z.B. Kioske,

Schanigärten, Litfaßsäulen, Leuchtvitrinen, Leuchtsäulen, Werbestelen und dgl. mehr. Durch diese Stadtmöblierungselemente wird der Freiraum verändert: er wird gegliedert, geteilt, gerichtet, auf jeden Fall aber verkleinert und verengt.

Die Anlagen, die nicht elementare Grundbedürfnissen der Bevölkerung abdecken, sind für eine gute zweckgemäße Nutzung des Stadtraumes nicht unbedingt erforderlich. Trotzdem besteht auch in einer Stadt Informationsbedarf, der durch die Aufstellung von Informationsanlagen abgedeckt wird. Die durch diese Aufstellung hervorgerufenen räumlichen und visuelle Veränderungen dürfen das Stadtbild jedoch in keiner Weise beeinträchtigen bzw. stören.

Für die Positionierung einer Werbeanlage sind aus stadtgestalterischer Sicht die nun folgenden Kriterien zu berücksichtigen:

2.7.1. Blickwinkel

Aufgabe der Stadtgestaltung ist es Werbestandorte in Bezug auf stadträumliche Gegebenheiten aus mehreren unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten, zu überprüfen und zu bewerten.

Dabei sind folgende Punkte zu beachten:

- -Strichaufzählung
das Freihalten von gestalterisch relevanten oder kulturhistorisch bedeutenden Stadträumen,
- -Strichaufzählung
kein Einschränken, Be- oder Verhindern von Ausblicken auf prägende Bau- und Raumstrukturen sowie der umgebenden Bausubstanz,
- -Strichaufzählung
kein Verhindern von Fernbeziehungen und
- -Strichaufzählung
kein Verstellen von Sichtachsen.

Zumeist führt die Sicht aus wechselnden Blickwinkeln auf die gleiche Situation zu unterschiedlichen Ergebnissen. Für eine positive Beurteilung über den Standort einer Werbeanlage darf somit keiner der untersuchten Blickwinkel in Bezug auf die o. a. Punkte problematisch, negativ bzw. beeinträchtigend oder störend sein.

2.7.2. stadträumliche Gegebenheiten

Positive Erlebbarkeit und optische Wirkung von stadträumlichen Gegebenheiten aber auch visuelle Erholung durch Frei- und/oder Grünräume sind für die Bevölkerung wichtige Funktionen eines Stadtraumes. In diesem Sinn ist bei der Aufstellung von Werbeanlagen auf ein Einfügen in die vorhandenen Raumstruktur zu achten. Die Strukturen sind als solche zu erhalten oder durch weitere Elemente zu unterstreichen oder sogar zu verbessern. So sind vorhandene optische und räumliche Engstellen durch Werbeanlagen nicht noch weiter zu verstärken oder sogar zu erzeugen. Anstelle von Mindestmaßen und -abständen, wie z.B. lt. Masterplan Verkehr einer Gehlinienbreite von mind. 2,00 m, sind Maße und Abstände zu wählen, die komfortable, raumgestaltete, raumerlebbare und den Richtlinien des Gender-Mainstreaming entsprechende Nutzung des öffentlichen Raumes zulassen. Der Abstand der unterschiedlichen Einzelelemente wie auch der Abstand mehrerer Werbeanlagen zueinander oder der Abstand zur unmittelbaren Bebauung oder zu angrenzenden Freiräumen ist so zu bemessen, dass keine barriereartige Wirkung entsteht (Abschotten) oder der Stadtraum verengt bzw. verstellt wird.

2.7.3. Häufung, Gruppierung

Zu einer optisch verminderten, nachteiligen und störenden Wahrnehmbarkeit des Straßenraumes kommt es auch bei Häufungen von Anlagen, von willkürlichen Aufstellen oder Aneinanderreihen von ähnlichen oder unterschiedlichen Elementen. Durch das massierte Aufstellen dominieren Werbeanlagen den Straßenraum und lenken die Aufmerksamkeit auf sich. Der Stadtraum an sich wird verändert, tritt in den Hintergrund und wird nicht mehr als Freiraum an sich wahrgenommen.

2.7.4. Raumkonzepte

Dabei sind Konzentrationen o. Gruppierung von Elementen nicht immer negativ zu bewerten. Im Rahmen von Raumkonzepten übernehmen Werbeanlagen zur Unterstützung des Nutzers die Leitfunktion im Bereich einer eindeutigen Wegeführung, unterstreichen die Übersichtlichkeit im Stadtraum und stellen lesbare Ordnungssysteme

her. Das Ziel der Stadtgestaltung ist daher neue Anlagen in bestehende Systeme einzugliedern. Zudem ist eine funktionelle, ortsspezifische und anlassbezogene Einordenbarkeit ins vorhandene Umfeld immer zu beachten.

2.7.5. Sichtbeziehungen

Erforderliche Überblickbarkeit und freie Sichtbeziehungen im Straßenraum sind Grundvoraussetzung für ein optimales Raumerlebnis. So sind historische gewachsene oder neu strukturierte Freiräume und Plätze sowie Kreuzungsbereiche und Gehsteigvorziehungen bei Gehwegen, die platzartige Erweiterungen im Straßenraster darstellen, von jeglichen funktionslosen

Elementen freizuhalten ... und der Straßenraum eindeutig in

Bereiche zu strukturieren, um den Benutzer einen guten Überblick wie auch eine klare und barrierefrei Querung der Straße zu ermöglichen.

2.7.6. Werbeanlagenarten, Maßstab, Material

Um ein bereits durch diverse Möblierungselemente heterogenes Straßenbild zu vereinheitlichen (§ 85 BO) und/oder zu beruhigen oder ein homogenes Straßenbild beizubehalten, sind die unterschiedlichen Werbeanlagenarten nicht untereinander zu mischen. So ist die Dimensionierung der Werbeanlagen vom Maßstab des jeweiligen Umfeldes abhängig zu machen, wobei bei der Auswahl auf die passende Sortenart in Bezug auf Größe, Format, usw. zu achten ist. Anlagenarten mit hochwertigem Material und visuell ansprechender Gestaltung sowie moderner Informationstechnik tragen grundsätzlich und nicht nur in Abhängigkeit zur Lage, wie in Schutzzonen, Kommunikationsorten, Einkaufsstraßen, usw., zu einer optimierten Gestaltung im Stadtraum bei. So sind bei Neuansträgen aber auch bei einem Austausch unbedingt diese hochwertigen Werbeanlagentypen zu bevorzugen und einzusetzen."Um ein bereits durch diverse Möblierungselemente heterogenes Straßenbild zu vereinheitlichen (Paragraph 85, BO) und/oder zu beruhigen oder ein homogenes Straßenbild beizubehalten, sind die unterschiedlichen Werbeanlagenarten nicht untereinander zu mischen. So ist die Dimensionierung der Werbeanlagen vom Maßstab des jeweiligen Umfeldes abhängig zu machen, wobei bei der Auswahl auf die passende Sortenart in Bezug auf Größe, Format, usw. zu achten ist. Anlagenarten mit hochwertigem Material und visuell ansprechender Gestaltung sowie moderner Informationstechnik tragen grundsätzlich und nicht nur in Abhängigkeit zur Lage, wie in Schutzzonen, Kommunikationsorten, Einkaufsstraßen, usw., zu einer optimierten Gestaltung im Stadtraum bei. So sind bei Neuansträgen aber auch bei einem Austausch unbedingt diese hochwertigen Werbeanlagentypen zu bevorzugen und einzusetzen."

Sämtliche der vorgenannten Darlegungen sind allgemein gehalten und haben keinen Bezug zur konkreten Aufstellung der gegenständlichen Werbeanlagen.

Hinsichtlich des Standortes Simmeringer Hauptstraße gegenüber Nr. 93 gelangt die MA 19 sodann zu dem Schluss, die Werbeanlage entspreche auf Grund ihrer Art und Positionierung im Stadtraum nicht den in Punkt 2.7. zuvor erörterten Standortkriterien zur Aufstellung von Werbeanlagen im öffentlichen Raum. Aus stadtgestalterischer Sicht erfülle die Anlage weder die Anforderungen des Punktes 2.7.2. in Bezug auf die stadträumlichen Gegebenheiten noch entspreche sie den stadtgestalterischen Grundlagen, in denen ein Stadtraum, ein Straßenraum oder ein öffentlicher Raum als gestalterisch bewältigt, als nicht beeinträchtigt und gestört zu bezeichnen sei.

Zum Standort Simmeringer Hauptstraße Nr. 18-20 legt die MA 19 im Ergebnis dar, die angesuchte Werbeanlage entspreche auf Grund ihrer Art und Positionierung im Stadtraum nicht den im Punkt 2.7. erörterten Standortkriterien zur Aufstellung von Werbeanlagen im öffentlichen Raum. Aus stadtgestalterischer Sicht erfülle die Anlage weder die Anforderungen des Punktes 2.7.1. in Bezug auf die Blickwinkel noch des Punktes 2.7.5. in Bezug auf Sichtbeziehungen noch entspreche sie den stadtgestalterischen Grundlagen, in denen ein Stadtraum, ein Straßenraum oder ein öffentlicher Raum als gestalterisch bewältigt, als nicht beeinträchtigt und gestört zu bezeichnen sei.

Mit Bescheiden des Magistrates der Stadt Wien, Magistratsabteilung 46, jeweils vom 23. Jänner 2009 wurden die Gebrauchserlaubnisse wegen der negativen Stellungnahmen der Magistratsabteilung 19 nicht erteilt.

Die Beschwerdeführerin erhob gegen beide Bescheide Berufung und legte jeweils ein Gutachten des Architekten Mag. R. vor. Hinsichtlich des Standortes Simmeringer Hauptstraße gegenüber Nr. 93 führte der Gutachter im Wesentlichen Folgendes aus:

"Die Vitrine soll gegenüber Simmeringer Hauptstraße ONr. 93, nahe einem Stationsgebäudes einer U-Bahnlinie und vor dem Zugang einer Garage errichtet werden. Sie nimmt mit ihrer Position Bezug auf das vorhandene Raumkonzept. Dieses sieht neben der Zeile der öffentlichen Beleuchtung in der Straßenmitte diverse weitere Möblierungselemente (Verkehrshinweise, Hinweise für Garage und U-Bahn, Votivsäule, Snack-Automat, Maronistand, Telefonzellen, gewölbte und flache Werbeelemente an Masten, Stromverteilerkästen, Sammelbehälter für Altkleider) vor. Die Vitrine, steht in einer Flucht unmittelbar neben dem Snack-Automat, fügt sich in die Reihe der Elemente, die die Grünfläche an ihrem unteren Ende abschließen (Garagenzugangsgebäude, Snack-Automat, Votivsäule, Stromverteilerkästen) und führt damit das Konzept weiter.

Qualität der Umgebung:

Die Simmeringer Hauptstraße ist im betroffenen Abschnitt bedingt durch eine lückenlose Abfolge von Geschäftslokalen und guter Fußgeherfrequenz als Geschäftsstraße zu bezeichnen. Die den Enkplatzes im Norden abschließende Straßenseite weist ebenfalls die Gestaltmerkmale einer solchen auf. Die Verkehrsverbindung nach Osten und ihre Funktion als Bezirkszentrum geben der Straße zusätzliche Bedeutung im Stadtraum.

...

Der Amtssachverständige hat die besondere architektonische und technisch-hochwertige Gestaltung und die damit verbundene visuelle Wirkung des beantragten Elements nicht erkannt oder ihr keine Beachtung geschenkt.

Gerade im Vergleich mit den Werbeelementen des Bestandes hat die besondere visuelle Wirkung eine erhebliche Bedeutung. Die Errichtung eines neuen, verbesserten Werbeelementes, in Ergänzung zu den bestehenden Anlagen des Straßenraums (gewölbte und flache Werbeelemente an Masten), bringt zwar punktuell eine geringfügige Vermehrung der Möblierung. Dieses zusätzliche Element kommt jedoch den Intentionen der Stadtgestaltung Punkt 2.6. 'Ziele und Maßnahmen', entgegen. Diese nennen:

- .) Schwerpunktmäßige Konzentration der Werbeanlagen in gemäß Straßenkategorisierung geeigneten Straßenräumen
- .) Tausch von Anlagen älterer Bauart gegen neue, gestalterisch hochwertigere. Der Bestand an Werbeelementen erfährt durch die Errichtung der beantragten Bezirksinformationsanlage eine gestalterische Verbesserung.

Die Tabelle 'Straßenkategorien, Werbeträger' in Punkt 2.5. weist auf eine Eignung von Vitrinen in Einkaufsstraßen aber auch an Orten der Kommunikation hin. Der Amtssachverständige beschreibt den angrenzenden Enkplatz als Kommunikationsort mit Zentrumsfunktion. Wie oben beschrieben ist jedoch sein nordöstlicher Platzrand visuell und funktionell der als Geschäftsstraße erkannten Simmeringer Hauptstraße zuzurechnen. Die neue Anlage folgt den spezifischen Ordnungskriterien des Straßenraumes, Punkt 2.7.4. (Lage, Bezug zum Bestand) und ordnet sich damit störungsfrei ein.

Durch die Errichtung der beantragten Werbevitrine in dem funktionell und wirtschaftlich wichtigen Straßenraum werden die genannten Ziele verwirklicht.

Wichtige Frei- und Grünräume werden insofern beachtet, Punkt 2.7.2., als sich die Werbeanlage, wie oben beschrieben, in die stadträumlichen Gegebenheiten, unmittelbar einem Snackautomaten zugeordnet und in die vorhandene Raumstruktur störungsfrei einfügt. Sie erhält und verbessert diese sogar durch ihre Lage, da sie den wesentlich voluminöseren Automaten optisch abdeckt. Visuelle und räumliche Engstellen werden deswegen durch die Werbeanlage weder verstärkt noch erzeugt und sie vermittelt auch keine barriereartige Wirkung, weil die Anlage parallel zu einer Gittereinfassung und in Flucht des Automaten steht.

...

Die beantragte Vitrine (Bezirksinformationsanlage) widerspricht den angeführten Standortkriterien der Stadtgestaltung, Punkt 2.7. nicht durch die Positionierung der architektonisch und gestalterisch hochwertigen Werbevitrine werden die Anforderungen der Punkte 2.5., 2.7.2. und 2.7.4. erfüllt. Die Werbeanlage folgt dem gegebenen Raumkonzept, fügt sich sensibel '... in ein lesbares Ordnungssystem', in das vorhandene Gestaltungskonzept ein, '... übernimmt damit zur Unterstützung des Nutzers die Leitfunktion im Bereich einer eindeutigen Wegeführung, unterstreicht die Übersichtlichkeit im gegebenen Stadtraum'. Sie erfüllt damit '... das Ziel der Stadtgestaltung neue Anlagen in bestehende Systeme einzugliedern'. Es wird die '... funktionelle, ortspezifische und anlassbezogene Einordenbarkeit im vorhandenen Umfeld beachtet."

Zum Standort Simmeringer Hauptstraße Nr. 18-20 legte Architekt Mag. R im Wesentlichen Folgendes dar:

"Die im rechten Winkel zur geschlossenen Bebauung der Straße ausgerichtete Vitrine nimmt mit ihrer Position Bezug auf die örtlichen Gegebenheiten. Das vorhandene Raumkonzept des Straßenraumes sieht als Möblierung Maste der öffentlichen Beleuchtung, Stromverteilerkästen mit Werbung und gewölbte und flache Werbeelemente an Masten vor. Den Abschluss einer Parkspur und der darauffolgende Gehsteig im Kreuzungsbereich geben auch der geplanten Werbevitrine ausreichenden Raum. Die Gestaltabsicht liegt im sensiblen Einfügen in die vorhandene Ordnung und dem Weiterführen des Raumkonzeptes.

Qualität der Umgebung:

Die Simmeringer Hauptstraße ist in diesem Abschnitt bedingt durch eine nahezu lückenlose Abfolge von Geschäftslokalen als Geschäftsstraße zu bezeichnen. Von öffentlichem und Individualverkehr geprägt, erhält die Straße durch die wichtige Verkehrsverbindung nach Osten und die Funktion des beginnenden Bezirkszentrums zusätzliche Bedeutung im Stadtraum.

...

Der Amtssachverständige hat die besondere architektonische und technisch hochwertige Gestaltung und die damit verbundene visuelle Wirkung des beantragten Elements nicht erkannt oder ihr keine Beachtung geschenkt.

Gerade im Vergleich mit den örtlichen Gegebenheiten hat die besondere visuelle Wirkung eine erhebliche Bedeutung. Die Errichtung eines neuen Werbeelementes, in Ergänzung zu den bestehenden Anlagen des Straßenraums, bringt zwar punktuell eine geringfügige Vermehrung der Möblierung. Dieses zusätzliche Element kommt jedoch den Intentionen der Stadtgestaltung, Punkt 2.6.

'Ziele und Maßnahmen', entgegen. Diese nennen:

.) Schwerpunktmäßige Konzentration der Werbeanlagen in gemäß

Straßenkategorisierung geeigneten Straßenräumen.

.) Tausch von Anlagen älterer Bauart gegen neue,

gestalterisch hochwertige. Der Bestand an Werbeelementen erfährt durch die Errichtung der beantragten Bezirksinformationsanlage eine gestalterische Verbesserung.

Die Tabelle 'Straßenkategorien, Werbeträger' in Punkt 2.5. weist auf eine Eignung von Vitrinen in Einkaufsstraßen hin. Der Amtssachverständige beschreibt die Simmeringer Hauptstraße als solche.

Durch die Errichtung der beantragten Werbevitrine in diesem Straßenraum werden die genannten Ziele verwirklicht.

Die neue Anlage folgt den spezifischen Ordnungskriterien des Straßenraumes, Punkt 2.7.4. (Lage, Bezug zum Bestand) und ordnet sich damit störungsfrei ein, siehe oben.

Wie und warum durch die Errichtung der geplanten Vitrine 'Sichtachsen verstellt', 'Fernbeziehungen verhindert', 'der Ausblick auf prägende Baustrukturen eingeschränkt' und gestalterisch relevante und kulturhistorisch bedeutende Stadträume nicht freigehalten werden sollen, Punkt 2.7.1, kann nicht nachvollzogen werden. Die Vitrine befindet sich am Rand des breiten Straßenraumes. Sie wird durch die fortlaufenden Parkstreifen in beide Richtungen von parkenden Kraftfahrzeugen abgedeckt. Die Sichtachsen entlang der Simmeringer Hauptstraße verlaufen geradeaus, werden lediglich von der in Hochlage querenden A 23 unterbrochen und tangieren den Straßenrand bestenfalls. Auch "Fernbeziehungen" können daher durch die Vitrine nicht gestört werden. Ausblicke auf prägende oder kulturhistorisch relevante Bausubstanz können deswegen nicht gestört werden, weil die Vitrine, mit der Schmalseite zur Bebauung gewendet, auch keine Höhenentwicklung aufweist, um eine derartige Bausubstanz störend abzudecken.

Erforderliche Überblickbarkeit und freie Sichtbeziehungen im Straßenraum, Punkt 2.7.5., sind trotz Errichtung der Werbeanlage gegeben. Dem Benutzer ist ein guter Überblick, wie auch eine klare und barrierefreie Querung der Straße möglich, da der hier neu strukturierte Freiraum, die Gehsteigvorziehung, im Kreuzungsbereich freigehalten wird.

Die Errichtung einer derart qualitätvollen Anlage wertet den Straßenraum allein durch die Beleuchtung auf. Durch ihre Position nahe der Kreuzung dient die Vitrine der Orientierung und stiftet Identität.

...

Die beantragte Vitrine (Bezirksinformationsanlage) widerspricht den angeführten Standortkriterien der Stadtgestaltung, Punkt 2.7. nicht. Durch die Positionierung der architektonisch und gestalterisch hochwertigen Werbevitrine werden die Anforderungen der Punkte 2.5., 2.6., 2.7.1., 2.7.4. und 2.7.5.

erfüllt. Die Werbeanlage folgt dem gegebenen Raumkonzept, fügt

sich sensibel '... in ein lesbares Ordnungssystem', in das

vorhandene Gestaltungskonzept ein, '.... übernimmt damit zur

Unterstützung des Nutzers die Leitfunktion im Bereich einer

eindeutigen Wegeführung, unterstreicht die Übersichtlichkeit im

gegebenen Stadtraum'. Sie erfüllt damit '... das Ziel der

Stadtgestaltung neue Anlagen in bestehende Systeme einzugliedern'.

Es wird die '... funktionelle, ortspezifische und anlassbezogene

Einordenbarkeit im vorhandenen Umfeld beachtet."

Zu beiden Standorten gab die Magistratsabteilung 19 zu den Darlegungen des Architekten Mag. R mit Schreiben jeweils vom 2. April 2009 folgende gleichlautenden Stellungnahmen ab:

"zum Punkt 'Qualität der beantragten Werbeanlage'

Die gestalterische Hochwertigkeit bzw. die zeitgemäße Ausführung einer neu hergestellten Werbeanlage wird als selbstverständlich vorausgesetzt und wurde bereits im Punkt 2.6. des Gutachtens der MA 19 als Ziele bzw. Maßnahme definiert. Somit hat die Qualität der Werbeanlage auf dem konkreten Aufstellungsort keine darüber hinausgehende positive Relevanz sondern wird als Grundsatz für die Errichtung neuer Anlagen verstanden.

Eine wertfreie Beschreibung der beantragten Werbeanlage wurde im Punkt 1.1. des Gutachtens der MA 19 angeführt.

zum Punkt 'Qualität des Ortes und des Umfeldes'

Der Aufstellungsort selbst mit der daraus resultierenden Bewertung der Straßenraumkategorie wurden untersucht und im Punkt

1.2. des Gutachtens der MA 19 beschrieben und erörtert. zum Punkt 2. 'Gutachten'

aus Punkt 3. des Gutachtens der MA 19:

'In den stadtgestalterisch relevanten Gesetzesstellen § 85 BO und § 2 (2) GAG ist das öffentliche Interesse an der Gestaltung des öffentlichen Raumes dokumentiert. In den stadtgestalterisch relevanten Gesetzesstellen Paragraph 85, BO und Paragraph 2, (2) GAG ist das öffentliche Interesse an der Gestaltung des öffentlichen Raumes dokumentiert.

Insbesondere die im GAG angeführten 'städtebaulichen Interessen', 'Gesichtspunkte des Stadt- und Grünlandbildes' bzw. 'die Umstände des Natur-, Denkmal- oder Bodenschutzes' entsprechen dem im Gutachten der MA 19 beschriebenen Zielsetzungen des Wiener Werbeanlagenkonzeptes."

aus Punkt 2.1. des Gutachtens der MA 19:

'Unter anderem zeichnen die Zukunftsvisionen des Strategieplanes die Stadt Wien mit hoher Lebens- und Erlebnisqualität. Neben der Förderung der stadträumlichen architektonischen Werte sind auch die Qualitäten der Freiräume, der Landschaft und Natur zu erhalten. In diesem Sinne sind Werbeanlagen, welche die Sicht auf anerkannte Qualitäten der Stadt verdecken, diese überragen, dominieren oder konkurrieren, zu vermeiden.

Um, trotz der rasanten Zunahme von Werbeanlagen in den letzten Jahren ein ansprechend gestaltetes Erscheinungsbild von Straßenräumen zu sichern bzw. gegebenenfalls zu verbessern, hat die Aufstellung von Werbeanlagen im öffentlichen Raum bestimmten stadtgestalterischen Konzepten zu folgen.

Diese Konzepte werden unter anderem von den städtischen Fachdienststellen, wie der MA 19, unter Berücksichtigung diverser Überlegungen und Vorgaben insbesondere aber auf Grund jahrzehntelanger Erfahrung im Umgang mit den unterschiedlichen Themen entwickelt und dann als Basis für Beurteilungen und Entscheidungen herangezogen. Durch

entsprechende Zusammenarbeit und Abstimmung mit den Bezirksvertretungen werden verwaltungsintern verbindliche Richtlinien entwickelt, die im Sinne und Interesse aller Bürger und somit der Stadt Wien stehen.

Seitens der MA 19 werden Konzepte und Richtlinien, die Kriterien und Ziele der Stadtgestaltung betreffen, zur Entscheidungsfindung herangezogen, dienen als Argumentationsgrundlagen und ermöglichen so eine Beurteilung aller Ansuchen unter gleichen Voraussetzungen.'

Im Bezug auf die Beurteilung und Argumentation des Aufstellungsortes sowie der Qualität der Werbeanlage wie auch die stadträumlichen Kriterien betreffend wurden im Gutachten von Herrn Arch. R. keine neuen stadtgestalterischen Aspekte aufgeworfen, welche nicht bereits im Gutachten der MA 19 behandelt und erörtert wurden.

Die Werbeanlage wurde standortbezogen überprüft und auf Grund der im Teil 2. des Gutachten der MA 19 ausführlich erörterten Ziele, Maßnahmen und Kriterien für die Errichtung von Werbeanlagen im öffentlichen Raum beurteilt. Dabei wurde

- -Strichaufzählung
Die Werbeanlage selbst beschrieben,
- -Strichaufzählung
der Straßenraum beschrieben,
- -Strichaufzählung
die Straßenraumkategorie im Bezug auf ihre Ausgestaltung beschrieben und in diesem Zusammenhang die mögliche Aufstellung der Werbeanlage erläutert,
- -Strichaufzählung
der Straßenraum lt. Kategorie beschrieben und den Aufstellungsort dahingehend beurteilt
- -Strichaufzählung
und die Standortkriterien zur Aufstellung der Werbeanlage beschrieben sowie im Bezug auf den geplanten Aufstellungsort überprüft und dementsprechend beurteilt.

Somit ist aus den o.a. Gründen und Überlegungen das vorliegende Ansuchen aus stadtgestalterischer Sicht auch weiterhin abzulehnen."

Mit dem in Beschwerde gezogenen Bescheid wurden die Berufungen der Beschwerdeführerin als unbegründet abgewiesen.

Begründend legte die belangte Behörde nach Wiedergabe des Verwaltungsgeschehens und von Rechtsvorschriften im Wesentlichen dar, den Gutachten der MA 19 liege entgegen den Behauptungen der Beschwerdeführerin durchaus eine Befundaufnahme zugrunde. Auch enthielten sie Fotos der verfahrensgegenständlichen Aufstellungsorte. Unter Mitberücksichtigung der Einreichpläne samt Fotos sei daher der Bezug zum jeweiligen Standort durchaus gegeben und eine ausreichende Basis für die Sachverständigenäußerung vorhanden. Die Begründung der Gutachten beziehe sich auf das in Punkt 2.5. der Gutachten dargestellte Gestaltungskonzept bzw. auf die im Punkt 2.7. der Gutachten vorausgeschickten Standortkriterien. Sie sei klar und nachvollziehbar. Die Rechtsverbindlichkeit interner Linien werde nicht behauptet. Vielmehr stellten diese Richtlinien eine Zusammenstellung sachverständiger Erkenntnisse und Erfahrungen dar, die in ähnlich gelagerten Fällen als Basis der Sachverständigenbeurteilung herangezogen werden könnten. Das Wiener Werbeanlagenkonzept 2008 enthalte die für die Planung von Werbeanlagen in Wien relevanten Grundlagen der Stadtgestaltung. Seine wesentlichen Inhalte seien im Gutachten der MA 19 dargestellt worden. Die darin festgehaltenen Grundsätze stellten die auf Grund der aktuellen Stadtplanung entwickelten Maßstäbe für die Beurteilung von Werbeanlagen durch die MA 19 dar, die selbstverständlich auch die bereits vorhandenen Erfahrungen der Amtssachverständigen auf dem Gebiet der Stadtplanung miteinbezögen. Es könne der Beschwerdeführerin daher auch nicht darin gefolgt werden, dass es bei der Beurteilung der Ortsbildverträglichkeit keine Richtlinien, Untersuchungsergebnisse oder Erfahrungsschätze gebe. Zu den einzelnen Standorten argumentiere Architekt Mag. R. zwar, dass die von der MA 19 eingewendeten Bedenken gegen die Aufstellung der Anlagen an den jeweiligen Standorten unzutreffend seien und die geplanten Vitrinen den Grundsätzen der Stadtbildpflege durchaus entsprächen. Eine stichhaltige Begründung dafür fehle jedoch. Nicht zu folgen sei dem Argument, die MA 19 habe die besondere architektonische Ausgestaltung der Anlagen und deren Auswirkung auf die Umgebung nicht erkannt bzw. ihr keine Beachtung geschenkt. Die MA 19 habe festgestellt, dass die Aufstellung der angesuchten Anlagen an den jeweiligen Standorten das Stadtbild beeinträchtigte. Dabei komme es nicht auf die konkrete Ausgestaltung der Anlagen an, da vom Gesichtspunkt der Stadtbildpflege aus gesehen an diesen Standorten überhaupt keine beleuchteten

Werbevitruinen aufgestellt werden dürften. Die Stellungnahmen der MA 19 zu den Gegengutachten beschäftigten sich eingehend mit den darin enthaltenen Behauptungen, wobei auf jedes Argument einzeln eingegangen und es entkräftet werde. Die MA 19 habe die Anlagen unter Berücksichtigung der einzelnen geplanten Aufstellungsorte und der im Wiener Werbeanlagenkonzept 2008 festgehaltenen Grundsätze beurteilt. Da die Gutachten des Architekten Mag. R die Gutachten der MA 19 nicht hätten entkräften können, sei der Beurteilung der MA 19 zu folgen und davon auszugehen gewesen, dass eine Aufstellung der verfahrensgegenständlichen Anlagen eine Beeinträchtigung des Stadtbildes bewirke. Dies stelle eine Verletzung eines öffentlichen Interesses im Sinne des § 2 Abs. 2 Gebrauchsabgabegesetz 1966 dar. Begründend legte die belangte Behörde nach Wiedergabe des Verwaltungsgeschehens und von Rechtsvorschriften im Wesentlichen dar, den Gutachten der MA 19 liege entgegen den Behauptungen der Beschwerdeführerin durchaus eine Befundaufnahme zugrunde. Auch enthielten sie Fotos der verfahrensgegenständlichen Aufstellungsorte. Unter Mitberücksichtigung der Einreichpläne samt Fotos sei daher der Bezug zum jeweiligen Standort durchaus gegeben und eine ausreichende Basis für die Sachverständigenäußerung vorhanden. Die Begründung der Gutachten beziehe sich auf das in Punkt 2.5. der Gutachten dargestellte Gestaltungskonzept bzw. auf die im Punkt 2.7. der Gutachten vorausgeschickten Standortkriterien. Sie sei klar und nachvollziehbar. Die Rechtsverbindlichkeit interner Linien werde nicht behauptet. Vielmehr stellten diese Richtlinien eine Zusammenstellung sachverständiger Erkenntnisse und Erfahrungen dar, die in ähnlich gelagerten Fällen als Basis der Sachverständigenbeurteilung herangezogen werden könnten. Das Wiener Werbeanlagenkonzept 2008 enthalte die für die Planung von Werbeanlagen in Wien relevanten Grundlagen der Stadtgestaltung. Seine wesentlichen Inhalte seien im Gutachten der MA 19 dargestellt worden. Die darin festgehaltenen Grundsätze stellten die auf Grund der aktuellen Stadtplanung entwickelten Maßstäbe für die Beurteilung von Werbeanlagen durch die MA 19 dar, die selbstverständlich auch die bereits vorhandenen Erfahrungen der Amtssachverständigen auf dem Gebiet der Stadtplanung miteinbezögen. Es könne der Beschwerdeführerin daher auch nicht darin gefolgt werden, dass es bei der Beurteilung der Ortsbildverträglichkeit keine Richtlinien, Untersuchungsergebnisse oder Erfahrungsschätze gebe. Zu den einzelnen Standorten argumentiere Architekt Mag. R zwar, dass die von der MA 19 eingewendeten Bedenken gegen die Aufstellung der Anlagen an den jeweiligen Standorten unzutreffend seien und die geplanten Vitruinen den Grundsätzen der Stadtbildpflege durchaus entsprächen. Eine stichhaltige Begründung dafür fehle jedoch. Nicht zu folgen sei dem Argument, die MA 19 habe die besondere architektonische Ausgestaltung der Anlagen und deren Auswirkung auf die Umgebung nicht erkannt bzw. ihr keine Beachtung geschenkt. Die MA 19 habe festgestellt, dass die Aufstellung der angesuchten Anlagen an den jeweiligen Standorten das Stadtbild beeinträchtigte. Dabei komme es nicht auf die konkrete Ausgestaltung der Anlagen an, da vom Gesichtspunkt der Stadtbildpflege aus gesehen an diesen Standorten überhaupt keine beleuchteten Werbevitruinen aufgestellt werden dürften. Die Stellungnahmen der MA 19 zu den Gegengutachten beschäftigten sich eingehend mit den darin enthaltenen Behauptungen, wobei auf jedes Argument einzeln eingegangen und es entkräftet werde. Die MA 19 habe die Anlagen unter Berücksichtigung der einzelnen geplanten Aufstellungsorte und der im Wiener Werbeanlagenkonzept 2008 festgehaltenen Grundsätze beurteilt. Da die Gutachten des Architekten Mag. R die Gutachten der MA 19 nicht hätten entkräften können, sei der Beurteilung der MA 19 zu folgen und davon auszugehen gewesen, dass eine Aufstellung der verfahrensgegenständlichen Anlagen eine Beeinträchtigung des Stadtbildes bewirke. Dies stelle eine Verletzung eines öffentlichen Interesses im Sinne des Paragraph 2, Absatz 2, Gebrauchsabgabegesetz 1966 dar. Gegen diesen Bescheid richtet sich die vorliegende Beschwerde mit dem Begehren, ihn wegen Rechtswidrigkeit seines Inhaltes und Rechtswidrigkeit infolge Verletzung von Verfahrensvorschriften kostenpflichtig aufzuheben. Die belangte Behörde hat die Akten des Verwaltungsverfahrens vorgelegt und in einer Gegenschrift die kostenpflichtige Abweisung der Beschwerde beantragt.

Der Verwaltungsgerichtshof hat erwogen:

Gemäß § 2 Abs. 2 des Wiener Gebrauchsabgabegesetzes ist die Gebrauchserlaubnis zu versagen, wenn dem Gebrauch öffentliche Rücksichten wie insbesondere Umstände sanitärer oder hygienischer Art, Gründe der Sicherheit, Leichtigkeit und Flüssigkeit des Verkehrs, der Parkraumbedarf, städtebauliche Interessen, Gesichtspunkte des Stadt- und Grünlandbildes oder Umstände des Natur-, Denkmal- oder Bodenschutzes entgegenstehen. Bei Erteilung der Gebrauchserlaubnis sind Bedingungen, Befristungen oder Auflagen vorzuschreiben, soweit dies zur Wahrung dieser Rücksichten erforderlich ist. Gemäß Paragraph 2, Absatz 2, des Wiener Gebrauchsabgabegesetzes ist die Gebrauchserlaubnis zu versagen, wenn dem Gebrauch öffentliche Rücksichten wie insbesondere Umstände sanitärer oder hygienischer Art, Gründe der Sicherheit, Leichtigkeit und Flüssigkeit des Verkehrs, der Parkraumbedarf,

städtebauliche Interessen, Gesichtspunkte des Stadt- und Grünlandbildes oder Umstände des Natur-, Denkmal- oder Bodenschutzes entgegenstehen. Bei Erteilung der Gebrauchserlaubnis sind Bedingungen, Befristungen oder Auflagen vorzuschreiben, soweit dies zur Wahrung dieser Rücksichten erforderlich ist.

Sämtliche Versagungen hat die belangte Behörde damit begründet, dass eine Beeinträchtigung des Stadtbildes durch die Werbeanlagen erfolgen würde.

Liegen der Behörde einander widersprechende Gutachten von Sachverständigen vor, so ist es ihr gestattet, sich dem einen oder anderen anzuschließen. Sie hat aber die Gedankengänge aufzuzeigen, die sie veranlasst haben, von den an sich gleichwertigen Beweismitteln dem einen einen höheren Beweiswert zuzubilligen (vgl. die bei Walter/Thienel, Verwaltungsverfahren I, Liegen der Behörde einander widersprechende Gutachten von Sachverständigen vor, so ist es ihr gestattet, sich dem einen oder anderen anzuschließen. Sie hat aber die Gedankengänge aufzuzeigen, die sie veranlasst haben, von den an sich gleichwertigen Beweismitteln dem einen einen höheren Beweiswert zuzubilligen vergleiche, die bei Walter/Thienel, Verwaltungsverfahren römisch eins,

2. Auflage, S. 835 unter E 228 und S. 1058 unter E 104 und 106 zitierte hg. Judikatur).

Zunächst ist festzuhalten, dass die Magistratsabteilung 19 in ihren ursprünglichen Schlussfolgerungen aus den Sachverhalten und den von ihr herangezogenen Richtlinien nicht auf die konkreten Standorte und deren Umgebung eingegangen ist:

Hinsichtlich des Standortes Simmeringer Hauptstraße gegenüber Nr. 93 hat sie sich darauf gestützt, dass die Anlage den Anforderungen des Punktes 2.7.2., der in ihren Darlegungen wiedergegeben worden war, in Bezug auf die stadträumlichen Gegebenheiten nicht entspreche. Weiters entspreche die Anlage nicht den stadtgestalterischen Grundlagen, in denen ein Stadtraum, ein Straßenraum, ein öffentlicher Raum als "gestalterisch bewältigt", als nicht beeinträchtigt und gestört zu bezeichnen sei.

Eine Begründung für diese Behauptungen anhand der konkreten Ausgestaltung der Werbeanlage, deren Aufstellungsort und Situierung und deren konkreter Umgebung bzw. der konkreten stadträumlichen Gegebenheiten wird in keiner Weise gegeben. Die Schlussfolgerungen der MA 19 sind daher weder nachvollziehbar noch nachprüfbar. Zum Standort Simmeringer Hauptstraße Nr. 18 bis 20 hat die MA 19 ausgeführt, aus stadtgestalterischer Sicht erfülle die Anlage weder die Anforderungen des Punktes 2.7.1. in Bezug auf die Blickwinkel noch des Punktes 2.7.5. in Bezug auf Sichtbeziehungen. Sie entspreche auch nicht den stadtgestalterischen Grundlagen, in denen ein Stadtraum, ein Straßenraum, ein öffentlicher Raum als "gestalterisch" bewältigt, als nicht beeinträchtigt und gestört zu bezeichnen sei. Auch hier gilt, dass nicht nachvollziehbar und nicht nachprüfbar ist, weshalb und wodurch die konkrete Werbeanlage den stadtgestalterischen Anforderungen nicht gerecht wird und welche bestimmten Anforderungen an Blickwinkel und Sichtbeziehungen sie unter Beachtung ihrer Ausgestaltung und Größe und der konkret vorhandenen Sichtbeziehungen und Blickwinkel nicht erfüllt.

In ihren Stellungnahmen vom 2. April 2009 ist die Magistratsabteilung 19 nicht im Einzelnen auf die Ausführungen des Architekten Mag. R eingegangen. Sie hat sich vielmehr lediglich auf allgemeine Darlegungen beschränkt und auf ihre ursprünglichen Stellungnahmen verwiesen. Diese erweisen sich aber nicht als nachvollziehbar und nachprüfbar, wie soeben dargelegt wurde. Insbesondere hat sich die Magistratsabteilung 19 aber auch nicht mit den standortbezogenen konkreten Umschreibungen und Schlussfolgerungen des Arch. Mag. R befasst, und sie hat sich auch nicht damit auseinandergesetzt, dass Arch. Mag. R. darauf verwiesen hat, dass die Werbeanlagen auch den von der Magistratsabteilung 19 selbst herangezogenen Richtlinien gerecht werden.

Da die belangte Behörde verkannt hat, dass die Ausführungen der Magistratsabteilung 19, auf die sie sich bei ihrer Entscheidung gestützt hat, nicht den Anforderungen an schlüssig begründete Gutachten entsprechen und sich auch nicht mit den Darlegungen des Sachverständigen Mag. R ausreichend konkret auseinandersetzen, hat sie ihren Bescheid mit Rechtswidrigkeit infolge Verletzung von Verfahrensvorschriften belastet. Der angefochtene Bescheid war daher gemäß § 42 Abs. 2 Z 3 lit. c VwGG aufzuheben. Da die belangte Behörde verkannt hat, dass die Ausführungen der Magistratsabteilung 19, auf die sie sich bei ihrer Entscheidung gestützt hat, nicht den Anforderungen an schlüssig begründete Gutachten entsprechen und sich auch nicht mit den Darlegungen des Sachverständigen Mag. R ausreichend konkret auseinandersetzen, hat sie ihren Bescheid mit Rechtswidrigkeit infolge Verletzung von Verfahrensvorschriften belastet. Der angefochtene Bescheid war daher gemäß Paragraph 42, Absatz 2, Ziffer 3, Litera c, VwGG aufzuheben.

Der Ausspruch über den Kostenersatz beruht auf den §§ 47 ff VwGG iVm der Verordnung BGBl. II Nr. 455/2008. Der Ausspruch über den Kostenersatz beruht auf den Paragraphen 47, ff VwGG in Verbindung mit der Verordnung

Bundesgesetzblatt Teil 2, Nr. 455 aus 2008,.

Wien, am 6. September 2011

Schlagworte

Gutachten Beweiswürdigung der Behörde Begründung Begründungsmangel freie Beweiswürdigung Sachverhalt
Sachverhaltsfeststellung Beweismittel Sachverständigenbeweis

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:VWGH:2011:2009050248.X00

Im RIS seit

04.10.2011

Zuletzt aktualisiert am

06.10.2011

Quelle: Verwaltungsgerichtshof VwGH, <http://www.vwgh.gv.at>

© 2026 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at