

**Oberverwaltungsgericht für das Land Nordrhein-Westfalen, Beschluss vom 19. Dezember 2016, Az. 4 B 1048/16**

**Tenor**

Die Beschwerde der Antragstellerin gegen die Versagung vorläufigen Rechtsschutzes durch den Beschluss des Verwaltungsgerichts Düsseldorf vom 23.8.2016 wird zurückgewiesen.

Die Antragstellerin trägt die Kosten des Beschwerdeverfahrens.

Der Streitwert wird auch für das Beschwerdeverfahren auf 2.500,00 EUR festgesetzt.

**Gründe**

1

Die Beschwerde der Antragstellerin ist unbegründet.

2

Das Verwaltungsgericht hat den Antrag,

3

die aufschiebende Wirkung der Klage 3 K 8249/16 (VG Düsseldorf) betreffend Ziffer 2 der Ordnungsverfügung der Antragsgegnerin vom 13.6.2016 wiederherzustellen,

4

mit der Begründung abgelehnt, es bestehe ein überwiegendes öffentliches Interesse an der sofortigen Vollziehung. Die Anordnung, die auf den Werbeanlagen der Außenfassade und an der Innenseite der Schaufenster der Spielhalle der Antragstellerin angebrachten "Cowboys mit Geldsack" zu entfernen, erweise sich bei summarischer Prüfung der Sach- und Rechtslage als rechtmäßig. Bei den Abbildungen handle es sich um eine nach § 16 Abs. 4 AG GlüStV NRW unzulässige Werbung. Diese Einschätzung ist zutreffend.

5

Gemäß §§ 26 Abs. 1 GlüStV, 16 Abs. 4 AG GlüStV NRW darf von der äußeren Gestaltung der Spielhalle keine Werbung für den Spielbetrieb oder die in der Spielhalle angebotenen Spiele ausgehen oder durch eine besonders auffällige Gestaltung ein zusätzlicher Anreiz für den Spielbetrieb geschaffen werden. Zwar stößt eine Auslegung dieser Verbote im Sinne eines totalen Werbeverbots unter dem Blickwinkel der Verhältnismäßigkeit auf Bedenken. Unproblematisch sind sie jedoch, soweit sie entsprechend der Begründung zu § 26 Abs. 1 GlüStV verhindern sollen, dass von der

äußeren Gestaltung von Spielhallen ein übermäßiger werblicher Anreiz zum Spielen ausgeht.

6

Vgl. z. B. Nds. LT-Drs. 16/4795, S. 92.

7

Nach ständiger Rechtsprechung des Senats darf zulässige Werbung den Verbraucher (nur) zum legalen Glücksspielangebot hinlenken, aber nicht auf die Förderung des natürlichen Spieltriebs abzielen. Werbung darf "die bereits zur Teilnahme am Glücksspiel Entschlossenen zum legalen Angebot hinlenken, aber nicht die noch Unentschlossenen zur Teilnahme motivieren"; sie darf nicht "zur aktiven Teilnahme am Spiel anregen", sie darf aber "über die Existenz der Produkte informieren".

8

Vgl. OVG NRW, Beschlüsse vom 20.7.2015 - 4 B 309/15 -, GewArch 2015, 405 = juris, Rn. 27 ff., vom 18.8.2015 - 4 B 361/15 -, ZfWG 2016, 171 = juris, Rn. 10 ff., und vom 15.10.2015 - 4 B 822/15 -, GewArch 2016, 244 = juris, Rn. 29 f., jew. m. w. N.

9

Gemessen daran geht von den hier in Rede stehenden bildlichen Darstellungen eines Cowboys mit (Geld-)Sack ein übermäßiger werblicher Anreiz zum Spielen aus. Die im Comic-Stil gestaltete Figur reckt lächelnd den Daumen der linken Hand empor. In der Rechten hält sie einen prall gefüllten Sack. In der Zusammenschau mit den an der Außenfassade angebrachten Schriftzügen - ursprünglich: "Vegas World", inzwischen: "Spielhalle" - drängt sich für den durchschnittlichen Betrachter,

10

vgl. zu diesem Maßstab BVerwG, Urteil vom 20.6.2013 - 8 C 17.12 -, Buchholz 11 Art. 12 GG Nr. 286 = juris, Rn. 45,

11

die Deutung auf, dass es sich um einen mit Spielgewinnen prall gefüllten Geld- bzw. Goldsack handelt. Dies gilt unabhängig von dem Dollarzeichen, das ursprünglich auf dem Sack aufgedruckt war und von der Antragstellerin inzwischen entfernt worden sein mag. Der Einwand der Beschwerde, ohne den Aufdruck sei der Inhalt des Sacks nicht definiert, verkennt die Gebotenheit einer Gesamtschau der Abbildung und ihrer Einbettung in die sonstige Gestaltung der Außenfassade. Auf den vom Verwaltungsgericht zusätzlich bemühten Vergleich mit Darstellungen der Entenhausener Panzerknackerbande kommt es insoweit nicht an. Das gewählte Motiv und die fröhlich-

spielerische Art der Darstellung suggerieren dem Betrachter, dass es ein Leichtes sei, in der Spielhalle der Antragstellerin "reiche Beute" zu machen, d. h. große Gewinne zu erzielen. Zugleich wirken die Cowboys jeweils als Blickfang, der die Neugier von Passanten zu wecken vermag. Sie sind geeignet, auch bislang Unentschlossene, aber nicht Uninteressierte zum Glücksspiel zu verleiten. Das gilt nicht nur für die beiden besonders großen Cowboydarstellungen in den Schaufenstern, sondern auch für die kleineren auf den roten Bannern oberhalb von Eingangstür und Schaufenstern. Denn auch diese sind im Vorbeigehen leicht wahrnehmbar und deshalb geeignet, das Interesse des Betrachters zu wecken und ihre suggestive Wirkung zu entfalten.

12

Erweist sich die Anordnung, die auf den Werbeanlagen der Außenfassade und an der Innenseite der Schaufenster angebrachten "Cowboys mit Geldsack" zu entfernen, danach voraussichtlich als rechtmäßig, geht die im Rahmen von § 80 Abs. 5 VwGO gebotene Interessenabwägung zu Ungunsten der Antragstellerin aus. Ohne Erfolg wendet sie ein, bei sofortiger Vollziehung der Anordnung müssten mit nicht unbeträchtlichem Kapitalaufwand die bislang verwendeten Folien zerstört und durch eine Zwischenlösung ersetzt werden, an deren Stellen wiederum nach Klärung des Vorgangs im Hauptsachverfahren eine endgültige Beklebung treten müsse. Es steht der Antragstellerin frei, die voraussichtlich unzulässigen Cowboydarstellungen vorübergehend zu überdecken oder z. B. mit Folie zu überkleben, bis sie über den Ausgang des Klageverfahrens letzte Klarheit hat. Denn da es der Antragsgegnerin ersichtlich darum geht, dass die Antragstellerin nicht mehr mit dem "Cowboy mit Geldsack" wirbt, sind die streitigen Darstellungen schon dann im Sinne der Ordnungsverfügung als entfernt anzusehen, wenn sie in geeigneter Weise unkenntlich gemacht sind. Ein danach zulässiges provisorisches Überdecken oder Überkleben dürfte mit vertretbarem wirtschaftlichem Aufwand möglich sein. Angesichts dessen überwiegt das Gewicht des durch §§ 26 Abs. 1 GlüStV, 16 Abs. 4 AG GlüStV NRW beabsichtigten Schutzes vor Spielsucht und des Jugend- und Spielerschutzes (vgl. § 1 Nr. 1 und 3 GlüStV). Dies gilt unabhängig davon, dass die streitigen Darstellungen schon seit Jahren an Außenfassade und Schaufenstern der Spielhalle angebracht sein mögen und die Antragsgegnerin nach Inkrafttreten der gesetzlichen Regelungen nicht sofort eingeschritten ist. Die überragend wichtigen Gemeinwohlziele des Schutzes vor Spielsucht sowie des Jugend- und Spielerschutzes haben besonderes Gewicht. Der für Entstehung und Betätigung pathologischer Spielverhaltens besonders risikoträchtige gewerbliche Geldspielautomatenmarkt hatte in der Vergangenheit trotz rigider gesetzlicher Beschränkungen des Glücksspiels in Spielhallen Zuwächse zu verzeichnen.

13

Vgl. BZgA, Glücksspielverhalten und Glücksspielsucht in Deutschland 2013, Ergebnisbericht Februar 2014, S. 158, [www.bzga.de/forschung/studien-untersuchungen/studien/gluecksspiel](http://www.bzga.de/forschung/studien-untersuchungen/studien/gluecksspiel); siehe dazu bereits OVG NRW, Beschlüsse vom 15.10.2015 - 4 B 822/15 -, GewArch 2016, 244 = juris, Rn. 45 ff., und vom 7.3.2016 - 4 A 2347/14 -, ZfWG 2016, 245 = juris, Rn. 20 ff.

14

In jüngster Zeit ist zwar erstmalig ein Rückgang der Nutzung von Geldspielautomaten zu beobachten. Die erwirtschafteten Bruttospielerträge der Aufsteller gewerblicher Geldspielautomaten verharren jedoch weitgehend auf dem bisherigen Niveau.

15

Vgl. BZgA, Glücksspielverhalten und Glücksspielsucht in Deutschland, Ergebnisbericht Januar 2016, S. 6, 16, 56, 60, 91, [www.bzga.de/forschung/studien-untersuchungen/studien/gluecksspiel](http://www.bzga.de/forschung/studien-untersuchungen/studien/gluecksspiel).

16

Vor diesem Hintergrund erscheint die wirksame Umsetzung der gesetzlichen Werbebeschränkungen durchaus dringlich.

17

Die Kostenentscheidung folgt aus § 154 Abs. 2 VwGO.

18

Die Streitwertfestsetzung beruht auf §§ 47 Abs. 1, 53 Abs. 2 Nr. 2, 52 Abs. 2 GKG.

19

Dieser Beschluss ist nach § 152 Abs. 1 VwGO, § 68 Abs. 1 Satz 5 i. V. m. § 66 Abs. 3 Satz 3 GKG unanfechtbar.