

Amt für Bauservice und BauordnungSitzungsdrucksache Nr. 035/2009
-öffentliche Sitzung-**B e s c h l u s s v o r l a g e****TOP: Werbenutzungsvertrag der Stadt Lüdenscheid - Ausschreibungsinhalte****Vorgesehene Beratungsfolge:****Termine:**Gemeinsamer Ausschuss für Stadtplanung und
Umwelt sowie Bau und Verkehr 25.03.2009**Beschlussvorschlag:**

Die Verwaltung wird beauftragt, auf Grundlage der dargestellten Inhalte eines neuen Stadtwerbevertrages ein Verhandlungs- und Bieterverfahren einzuleiten.

Begründung:

Nach der Kündigung zum 31.12.2009 des seit fast 25 Jahren nahezu unverändert bestehenden Stadtwerbevertrages mit der Deutschen Städte-Medien Nordwest (DSM) ist es nun erforderlich, ab 2010 über ein Ausschreibungsverfahren einen neuen Werbepartner für die Stadt Lüdenscheid zu suchen.

Seitens der Stadt sind die hier bekannten Unternehmen angeschrieben und gebeten worden, ihre Leistungsmöglichkeiten darzustellen. Mit vier Unternehmen, die Interesse an einer Übernahme der Stadtwerberechte gezeigt haben, sind intensive Gespräche geführt worden. Zwei Unternehmen haben ihre Produktpalette Vertretern der Stadt präsentiert; ein Unternehmen hat außerdem einen Muster-Fahrgastunterstand auf dem Rathausplatz der Öffentlichkeit vorgestellt.

Auf Grundlage der unverbindlichen Angebote dieser Unternehmen sind die nachfolgend dargestellten Inhalte der rechtlich erforderlichen Ausschreibung zusammengestellt worden. Die Stadt Lüdenscheid verfolgt damit v.a. folgende Ziele:

- Modernisierung und Optimierung der Nutzung öffentlicher Flächen für Werbezwecke unter Berücksichtigung wirtschaftlicher, stadtgestalterischer und verkehrsplanerischer Aspekte
- Verbesserung von Werbemöglichkeiten für kulturelle und sonstige städtische Veranstaltungen.

Die Stadt Lüdenscheid erwartet von einem neuen Vertragspartner neben der Zahlung einer pauschalierten Sondernutzungsgebühr als Pacht eine regelmäßige und ordnungsgemäße Unterhaltung, Reinigung und Wartung sämtlicher Stadtmöblierungen und Werbeanlagen sowie die Beseitigung von Wildplakatierungen im Stadtgebiet. Die gestalterische Qualität der Werbeanlagen soll insgesamt verbessert werden.

Fahrgastunterstände

Von den z.Z. 186 vorhandenen Buswartehallen im Stadtgebiet sind auf Grundlage des noch bestehenden Stadtwerbevertrages 50 von der Deutschen Städte-Medien Nordwest (DSM) – jetzt Ströer – aufgestellt worden und werden von dieser auch unterhalten. Alle Wartehallen sind zwecks Refinanzierung mit Werbeanlagen im 4/1-Format (4 x DIN A1) kombiniert.

Die 136 städtischen Fahrgastunterstände teilen sich nach Bautyp wie folgt auf:

- 60 Glaswartehallen
- 19 Stahlwartehallen
- 57 Betonwartehallen.

Ziel der Stadt muss es sein, die dunklen und häufig unansehnlichen städtischen Stahl- bzw. Betonwartehallen durch helle, gläserne Fahrgastunterstände zu ersetzen. Nach den hier vorliegenden Erkenntnissen ist es durchaus realistisch, in den nächsten fünf Jahren den Austausch von alten städtischen Buswartehallen durch mindestens 20 moderne, werbefinanzierte und - sofern technisch ohne besonderen Aufwand möglich – beleuchtete Fahrgastunterstände zu fordern. Über das Design, die genauen Standorte und ggf. den internen Ringtausch von städtischen Buswartehallen muss nach der Vergabeentscheidung im Einzelfall eine detaillierte Abstimmung erfolgen.

Hinzu kommen die schon vorhandenen 50 Glaswartehallen der DSM, die vertragsgemäß mit Ablauf des Jahres 2009 zum Restwert von der Stadt übernommen werden können. Nach den derzeitigen Informationen müsste die Stadt dafür ca. 150.000 € aufbringen; je nach Zustand einzelner Fahrgastunterstände besteht hier evtl. noch ein geringer Verhandlungsspielraum. Alternativ könnte die Stadt auch einen Abbau der Wartehallen auf Kosten der DSM verlangen; dies wäre für die Stadt jedoch wegen der Ersatzbeschaffung ungünstiger.

Es ist daher beabsichtigt, in einer Ausschreibung folgende Positionen aufzunehmen:

- Austausch von mindestens 20 städtischen Buswartehallen durch gläserne Fahrgastunterstände mit Beleuchtung
- Übernahme der vorhandenen 50 DSM-Wartehallen, ggf. mit gestalterischer Anpassung bzw. Modernisierung
- Unterhaltung und regelmäßige (monatliche) Reinigung und Wartung aller vorgenannten werbefinanzierten Fahrgastunterstände.

Großflächen

Auf städtischen Flächen befinden sich derzeit an 32 Standorten ca. 70 Großflächen im 18/1-Format (ca. 3,50 x 2,50m). Diese Anlagen werden als Buchungsnetz für eine überregionale Werbung genutzt, sind häufig parallel zu Hauptverkehrsstraßen aufgebaut und durchweg unbeleuchtet. Problematisch sind diese großflächigen Papierplakate bei ungünstigen Witterungsbedingungen; erfahrungsgemäß häufen sich dann Beschwerden über den unansehnlichen Zustand z.B. durch herabhängende Papierstreifen. Insbesondere an Nebenstraßen verfehlen Großflächen außerdem ihren beabsichtigten Werbeeffekt. Die Zahl dieser großformatigen Werbeanlagen soll daher insgesamt zugunsten der Qualität (u.a. mit Beleuchtung) reduziert werden. Es soll angestrebt werden, alle derzeit vorhandenen Großflächen mit Vertragsende abbauen zu lassen und neue Anlagen zu installieren, die möglichst mit der Spannboard-Technik (reißfeste Folie statt Papier) bewirtschaftet werden können.

Darüber hinaus gibt es auch Meinungen, die – außerhalb eines überregionalen Buchungsnetzes – einzelne Großflächen zu niedrigeren Kosten für eine lokale Werbung nutzen möchten. In dieser Hinsicht besteht z.Z. noch kein Angebot.

Im Hinblick auf den aktuellen Stand der Technik und unter Berücksichtigung unterschiedlicher Werbeinteressen sollen daher folgende Punkte gefordert werden:

- Aufbau von max. 40 beleuchteten Großflächen im 18/1-Format an noch festzulegenden Standorten; ggf. können bestehende Standorte modifiziert werden. Eine Spannboard-Technik wird bevorzugt.
- Aufbau von max. 10 Großflächen im Format von ca. 3,00 x 2,00 m außerhalb der überregionalen Netze zur Einzelbewirtschaftung mit Papierplakaten.

Monofußgroßflächen (City-Stars / Mega-Light-Poster)

Diese Werbeanlagen im 18/1-Format sind dadurch charakterisiert, dass sie – bzgl. der Abstandshöhe über Gehwegen den rechtlichen Vorgaben entsprechend – im Bereich der Straßenrandanlage auf einem Monofuß quer zur Fahrtrichtung stehen. Der Werbeeffekt und auch die damit verbundenen Einnahmen sind deutlich größer als bei den längs zur Fahrbahn stehenden Großflächen. Monofußanlagen sind Stadtbild prägend.

Anlagen dieser Art sind in Lüdenscheid bisher nicht vorhanden; Vergleichsstädte (z.B. Iserlohn mit acht solcher Anlagen), in denen Monofußanlagen schon seit längerem bestehen, haben damit durchweg positive Erfahrungen gemacht. Im Hinblick auf den gewünschten Abbau von ca. 30 Großflächen im Stadtgebiet sollen daher nach den Vorstellungen der Werbeunternehmen als Ausgleich zwei bis sechs Monofußgroßflächen in vergleichbarer Ausstattung wie die anderen Großflächen an dafür geeigneten Standorten vorgesehen werden. Die Verwaltung könnte sich ca. drei solcher Anlagen an den nachfolgend genannten Straßenabschnitten vorstellen:

- Aufbau von ca. drei beleuchteten Monofußgroßflächen an dafür geeigneten Standorten z.B. im Bereich der
 - Altenaer Str. zwischen Schafsbrücke und Gevelndorf
 - Bräckenstr. zwischen der Schlittenbacher Str. und der Einmündung Wefelshohler Str.

- oberen Lennestr. vor dem Trafohaus gegenüber der Geschäftszeile.

Litfaßsäulen

Mit allen Interessenten besteht Einvernehmen darüber, dass die derzeitigen 37 Litfaßsäulen, die aus Betonringen bestehen, nicht mehr zeitgemäß sind und abgebaut bzw. modernisiert werden sollten. Aus Sicht der Stadt könnten an wenigen dafür geeigneten Stellen gestalterisch und qualitativ ansprechende, beleuchtete Litfaßsäulen aufgestellt werden. Die Vermarktung von Litfaßsäulen erfolgt i.d.R. im gleichen Netz wie die City-Light-Poster. Über mögliche Standorte müsste ggf. noch eine Einigung erzielt werden.

- weitgehender Verzicht auf bestehende Litfaßsäulen im Stadtgebiet
- Modernisierung der verbleibenden Litfaßsäulen
- Aufbau von bis zu drei neuen beleuchteten Litfaßsäulen an noch festzulegenden Standorten.

City-Light-Poster

Derzeit sind alle 50 werbefinanzierten Fahrgastunterstände der DSM mit Werbeanlagen im 4/1-Format versehen, fast alle davon als City-Light-Poster (CLP) hinterleuchtet.

Dieser Werbeträger ist aufgrund seiner Größe vielseitig einsetzbar und stellt durch die Hinterleuchtung v.a. auch in der Dunkelheit einen deutlich sichtbaren Bezugspunkt dar; insofern besteht hier ein doppelter Nutzen. In Verbindung mit Fahrgastunterständen bringen CLP's dadurch auch einen Sicherheitsaspekt.

Aus diesem Grund soll gefordert werden, alle neu aufgestellten Fahrgastunterstände ebenfalls mit einem CLP zu kombinieren. Darüber hinaus sollen CLP's – als Ersatz für wegfallende Großflächen und Litfaßsäulen – zusätzlich und unabhängig von Buswarteallen an weiteren Standorten aufgestellt werden. Dies können unter Beachtung gestalterischer Rahmenbedingungen z.B. publikumsintensive Innenstadtbereiche und hoch frequentierte städtische Parkeinrichtungen (z.B. Parkpalette Turmstr.) sein. Diese Standorte könnten dann auch mit städtischen Hinweisen kombiniert werden. Die genauen Einzelstandorte können nur in Abstimmung zwischen der Stadt und dem damit beauftragten Werbeunternehmen festgelegt werden.

- Einrichtung von CLP's im 4/1-Format in allen privaten Fahrgastunterständen (FGU)
- Darüber hinaus wird die Möglichkeit eröffnet, unabhängig von den FGU bis zu 20 weitere CLP's im Stadtgebiet aufzustellen.

Informationseinrichtungen

In der Stadt fehlen Informationseinrichtungen, die dem aktuellen Stand der Technik entsprechen. Informationsterminals oder Multimediasäulen, an denen neben Werbung auch aktuelle Informationen über die Stadt oder den ÖPNV abgerufen werden können, wären in Verbindung z.B. mit dem Busknotenpunkt Sauerfeld und dem neuen Bahnhof durchaus wünschenswert.

- Errichtung von Info-Terminals an zentralen Stellen in der Stadt.

Plakatrahmenwerbung

Nach dem z.Z. noch bestehenden Werbevertrag mit der DSM wird der Fa. Städtewerbung Schnelle als Subunternehmer das Recht eingeräumt, an städtischen Laternen rund 200 Plakatrahmen im Standardformat DIN A1 zu bewirtschaften. Die Fa. Schnelle sorgt für die Bestückung dieser Rahmen

und nach Ablauf der Aushangzeit für das Entfernen der Werbeplakate; die Verantwortung für diese Plakaträhmen liegt allein bei der Fa. Schnelle. Die Stadt Lüdenscheid spart dadurch gegenüber der früheren Verfahrensweise (städtische Bewirtschaftung) fünf bis zehn Arbeitsstunden je Woche ein und ist nach den bisherigen Erfahrungen damit sehr zufrieden. Die Auslastung dieser Plakaträhmen liegt im Jahresverlauf bei über 80%. Die Plakaträhmenwerbung der Fa. Schnelle erfolgt mittlerweile in über 100 Städten, u.a. anderem auch in Iserlohn.

Kritik an den Plakaträhmen wird von einzelnen Stellen im Hinblick auf die Größe, die Höhe über dem Boden und die zu geringe Anzahl geäußert; außerdem werden fehlende Werbemöglichkeiten für städtische Kultureinrichtungen bemängelt.

Die Größe der Plakaträhmen entspricht dem nationalen DIN A1-Standardformat. Bis auf Wahlplakate (i.d.R. A0-Format) und Schaustellerunternehmen (i.d.R. ca. 60 x 160cm) ist es nicht üblich, Werbeplakate in einem anderen als dem A1-Format zu verwenden. Die Höhe dieser Werbeanlagen über der Straße ist in der StVO vorgeschrieben. Danach muss zwischen solchen Anlagen und der Straße eine lichte Höhe von mindestens 2,00m, über Radwegen 2,20m, eingehalten werden. Eine entsprechende Auflage hat es im Übrigen bereits bei der Genehmigung der früheren Pappplakate gegeben.

Im Rahmen einer neuen Ausschreibung soll die Zahl der Plakaträhmen um 150 Stück deutlich erhöht werden. Davon sollen 100 Anlagen kommerziell genutzt werden können und die übrigen 50 Rähmen für eine kostenlose Werbung der städtischen Einrichtungen (z.B. für Veranstaltungen im Kulturhaus und Museum, für LSM-Veranstaltungen oder Veranstaltungen der Wirtschaftsförderung oder Jugendeinrichtungen) zur Verfügung stehen.

- Errichtung und Bewirtschaftung von insgesamt 350 Plakaträhmen an städtischen Laternenstandorten; davon müssen mindestens 50 Plakaträhmen kostenlos für eine Werbung städtischer Einrichtungen zur Verfügung gestellt werden.
- Bei der Preisgestaltung für die Nutzung dieser Rähmen sind die unterschiedlichen Belange der Werbenden zu berücksichtigen; eine differenzierte Preisliste ist mit der Stadt abzustimmen.
- Der Vertragspartner verpflichtet sich, ungenehmigte Wildplakatierung nach den rechtlichen Vorgaben der Sondernutzungssatzung und der Ordnungsbehördlichen Verordnung innerhalb von 48 Stunden nach Kenntnis zu entfernen.

Wahlwerbung

Nach den zurzeit bestehenden Vereinbarungen stellt die Stadt Lüdenscheid sechs Wochen vor einer Wahl die noch vorhandenen ca. 80 Holztafeln für jeweils drei A0-Plakate an festgelegten öffentlichen Standorten auf. Hinzu kommen nach dem aktuellen Stadtwerbevertrag weitere 40 Großflächen, die von der DSM vier Wochen vor einer Wahl aufgestellt werden, bis zur Wahl den Parteien kostenlos zur Verfügung stehen und weitere vier Wochen nach einer Wahl von der DSM kommerziell genutzt werden können.

Die Erfahrungen der letzten Jahre haben gezeigt, dass der Auf- und Abbau der städtischen Tafeln sowie deren Unterhaltung je Einsatz rund 15.000 € kostet. Je nach Wahl werden diese Flächen nur zum Teil von Parteien belegt; häufig motivieren diese Plakatanschlagstellen zu einer illegalen Veranstaltungswerbung für eine ansonsten nicht genehmigte Plakatwerbung. Die Kosten für die Aufstellung der zusätzlichen Großflächen bewegen sich in einer ähnlichen Größenordnung und können nicht mehr in diesem Umfang von den Werbeunternehmen übernommen werden.

Unabhängig von der weiteren Verfahrensweise bzgl. der städtischen Holztafeln möchte die Stadt mit dem zukünftigen Werbepartner folgende Vereinbarungen treffen:

- Bereitstellung von 150 Plakaträhmen im A1-Format vier Wochen vor einer Wahl zu Sondertarifen für die Stadt Lüdenscheid; die Kosten hierfür müssten dann aus dem Wahletat der Stadt bezahlt werden

- Bereitstellung von 20 kostenfreien Großflächen für die Parteien vier Wochen vor einer Wahl, entweder aus dem vorhandenen Bestand oder als zusätzlich aufgestellte Anschlagstellen.

Städtische Werbung / Kulturwerbung

Eigenwerbung und Kulturwerbung der Stadt mit Plakaten konnte bisher kostenfrei auf den Litfaßsäulen durchgeführt werden. Diese Möglichkeit wird zukünftig zum größten Teil entfallen. Als Ausgleich sollen andere, vorhandene Werbeanlagen für diese Zwecke kostenfrei in einem noch festzulegenden zeitlichen und räumlichen Umfang zur Verfügung gestellt werden.

- Bereitstellung von kostenfreien Werbemöglichkeiten für städtische bzw. kulturelle Werbung.

Vertragsdauer

Der bisherige Stadtwerbevertrag hatte eine erste Laufzeit von 10 Jahren und verlängerte sich jeweils um weitere fünf Jahre. Aus Gründen der Planungssicherheit für beide Seiten und zur Refinanzierung der geforderten Investitionen ist eine Mindestvertragslaufzeit von 10 Jahren branchenüblich. Sofern deutlich bessere Konditionen erzielt werden können, wäre auch eine Vertragslaufzeit von 15 Jahren möglich.

Pacht

Die bisher prozentual vom Nettoumsatz der einzelnen Werbeträger berechnete Sondernutzungsgebühr (Pacht) führte regelmäßig zu Abrechnungsproblemen und einem unverhältnismäßig hohen Überprüfungsaufwand. Es ist beabsichtigt, zukünftig einen realistischen jährlichen Festbetrag als Sondernutzungsgebühr zu erheben, der in 10 Jahren in der Summe mindestens 300.000 € betragen soll; bei einer Vertragsdauer von 15 Jahren sollte die Gesamtpacht entsprechend höher ausfallen. Dieser Betrag kann in Abhängigkeit vom vorgesehenen Investitionsaufwand ggf. jährlich differenziert festgelegt werden.

Für die vorgenannten Sachleistungen werden in der Vertragszeit außerdem Investitionen in Höhe von weiteren rund 500.000 € kalkuliert, die vom Vertragspartner erbracht werden sollen.

Bei der Plakaträhmenwerbung ist eine Sondernutzungsgebühr, die sich üblicherweise prozentual an den Nettoeinnahmen der Rahmenvermietung orientiert, vorgesehen.

Kiosk Sauerfeld

Im Zusammenhang mit dem Ausbau der Sauerfelder Straße und der Erneuerung der dort stehenden Fahrgastunterstände ist auch überlegt worden, die bauliche Anlage auf der Südseite mit Kiosk, Toilettenanlage, überdachter Wartehalle und Rolltreppenüberdachung von einem Werbeunternehmen sanieren zu lassen. Im Gegenzug würden die von der Stadt gewünschten Leistungen im Hinblick auf Pacht und Stadtmöblierung mit dem fremdfinanzierten Bau dieser Anlage verrechnet werden. Angedacht war, anschließend auch die Unterhaltung dieser Anlage einschl. der Toilettenbetreuung von einem Externen übernehmen zu lassen. Von den dazu befragten Unternehmen sind zwar gestalterisch durchaus ansprechende Vorschläge für einen Neubau gemacht worden und auch eine Verrechnung mit der Pacht und/oder bestimmten Sachleistungen wäre möglich gewesen. Die unternehmerische Verantwortung dafür möchte aber niemand übernehmen. Insofern wäre es für die Stadt günstiger, die vorgenannten gewünschten Geld- und Sachleistungen in Anspruch zu nehmen als stattdessen diese Mittel über die gesamte Vertragsdauer mit nur einem Objekt verrechnen zu lassen, wobei die Kosten der Unterhaltung des Bauwerks einschl. der Toilettenanlage weiterhin bei der Stadt verbleiben würden.

Da ein garantierter Festbetrag von mindestens 300.000 € über 10 bzw. ein höherer Betrag über 15 Jahre und 20-25 Fahrgastunterstände die wirtschaftlich bessere Lösung darstellen, wird die Idee einer werbefinanzierten Kiosksanierung als Vertragsbestandteil seitens der Stadt nicht weiter verfolgt. Die zweifelsfrei notwendige Erneuerung dieses Bauwerks soll dennoch erfolgen. Möglicherweise kann in separaten Verhandlungen mit den interessierten Unternehmen eine andere Lösung erzielt werden.

Zum weiteren Verfahren

Sobald die grundsätzliche Abstimmung über die Vertragsinhalte erfolgt ist, soll mit Begleitung einer verwaltungsinternen Arbeitsgruppe unter den vier Interessenten ein Verhandlungs- und Bieterverfahren durchgeführt werden; ggf. ist dafür eine externe juristische Begleitung notwendig. Dabei ist beabsichtigt, die Plakatrahmenwerbung und die lokale Großflächenwerbung als Einzellos gesondert zu vergeben.

Lüdenscheid, den 19.03.2009

In Vertretung:

gez. Dr. Schröder
Erster Beigeordneter