



Stadt Leverkusen

Vorlage Nr. 2020/3638

Der Oberbürgermeister

I/01-010-pe

Dezernat/Fachbereich/AZ

05.06.2020

Datum

| Beratungsfolge | Datum | Zuständigkeit | Behandlung |
|---|------------|---------------|------------|
| Betriebsausschuss Kultur-StadtLev | 09.06.2020 | Kenntnisnahme | öffentlich |
| Bezirksvertretung für den Stadtbezirk I | 15.06.2020 | Kenntnisnahme | öffentlich |
| Bezirksvertretung für den Stadtbezirk II | 16.06.2020 | Kenntnisnahme | öffentlich |
| Bezirksvertretung für den Stadtbezirk III | 18.06.2020 | Kenntnisnahme | öffentlich |
| Rat der Stadt Leverkusen | 25.06.2020 | Kenntnisnahme | öffentlich |

Betreff:

Sachstand zur Neuvergabe der Dienstleistungskonzession für exklusive Werberechte auf öffentlichen Flächen in der Stadt Leverkusen vom 01.01.2021 bis 31.12.2035

Kenntnisnahme:

Der in der Begründung der Vorlage dargestellte Sachstand zur Neuvergabe der Dienstleistungskonzession für exklusive Werberechte auf öffentlichen Flächen der Stadt Leverkusen wird zur Kenntnis genommen.

gezeichnet:

Richrath

In Vertretung
Adomat

Begründung:

Der Rat hat am 16.12.2019 beschlossen (s. Antrag Nr. 2019/3342):

1. Die Verwaltung wird beauftragt, der Politik aufzuzeigen, welche Rahmenbedingungen (z. B. Moplak - Vorlage Nr. 2019/2865 - Kündigung des Vertrages über die Außenwerbung auf öffentlichen Flächen der Stadt Leverkusen) derzeit bestehen
 - für Werbung im Stadtgebiet für Veranstaltungen von städt. Einrichtungen (Neulandpark, KSL (u.a. mit VHS), SPL, NaturGut Ophoven, allgemeine Stadtwerbung usw.)
 - für Veranstaltungen anderer Anbieter im städtischen Interesse (karitative Organisationen, Vereine, freie Kunstszene usw.).
2. Die Verwaltung prüft, eventuell bestehende Rahmenbedingungen dahingehend zu verändern, dass den entsprechenden Einrichtungen/Organisationen (siehe Punkt 1) die Möglichkeit gegeben wird, kostenfrei ihre Veranstaltungen auf entsprechenden Werbeträgern im Stadtgebiet zu bewerben. Die hierfür entstehenden Aufwendungen/Herstellungskosten bleiben davon selbstverständlich ausgenommen.
3. Die Verwaltung informiert rechtzeitig vorab den Rat, bevor neue Verträge abgeschlossen bzw. neue Regelungen für Werbung im Stadtgebiet entwickelt und umgesetzt werden.
4. Die Verwaltung wird beauftragt, dem Rat zeitnah entsprechende Rahmenbedingungen zur Werbung im Stadtgebiet für Veranstaltungen städtischer Einrichtungen bzw. anderer Anbieter im städt. Interesse vorzulegen.
5. Die Verwaltung wird insbesondere beauftragt, ein Umsetzungskonzept zur Anbringung von Werbeträgern/Werbetafeln am Forum Leverkusen und/oder an den Zugängen zum Vorplatz zu erstellen und dem Rat vorzulegen, um konkret Veranstaltungen im Forum zu bewerben.

Mit Vorlage Nr. 2020/3412 wurde dem Rat der Stadt Leverkusen der Sachstand zur Neuvergabe der Dienstleistungskonzession für die Vermarktung des öffentlichen Straßenraums einschließlich Nebenanlagen wie Straßenbegleitgrün in der Stadt Leverkusen am 10.02.2020 zur Kenntnis gegeben.

Zwischenzeitlich ist das Vergabeverfahren fortgeführt worden mit der Absicht, innerhalb der Bindefrist des Angebotes einen Vergabebeschluss durch den Verwaltungsrat der TBL zu erwirken und den Vertragsabschluss mit dem neuen Konzessionär vorzunehmen.

Der Sachstand zu den am 16.12.2019 aufgeführten Punkte stellt sich wie folgt dar:

Zu 1: Derzeitige Rahmenbedingungen

Die TBL sind nach § 2 Abs. 2 ihrer Satzung für die Vermarktung des öffentlichen Straßenraums incl. Nebenanlagen wie Straßenbegleitgrün für Werbung zuständig.

Die Rahmenbedingungen des bisherigen Vertrages sehen für das Bewerben städtischer Einrichtungen (KSL, SPL) sowie anderer Einrichtungen im städtischen Interesse ein unentgeltliches Anschlagen vor. Der Konzessionär erhält als Selbstkostenpreis (für Kosten, die ihm entstehen) dafür ein Drittel des Listenpreises (im Altvertrag „Tarifpreis“ genannt), das bedeutet, aus Sicht der Stadt liegt eine Rabattierung zu 66,6 % vor.

Karitativen Organisationen bzw. Zwecken wird ein Nachlass von 25 % auf die Listenpreise eingeräumt. Den örtlichen politischen Parteien sowie den zur Wahl zugelassenen parteilosen Bewerbern und Wählergruppen wird während der Zeit von 6 Wochen vor jeder Wahl ein Rabatt von 50 % auf die Listenpreise eingeräumt.

Für diese Rabattierungen stehen folgende Werbeträger zur Verfügung:

- Plakatanschlagtafeln
- Großflächentafeln
- Säulen
- Infotafeln an Schildermasten
- Straßenlaternen
- Wartehallen
- Brücken

Zu 2: Anpassung der Rahmenbedingungen

Im Rahmen der Neuausschreibung der Werberechte war ein Ziel u. a., für die vorgenannte Werbung eine höhere Rabattierung zu erreichen. Diesbezüglich gab es Gespräche mit dem extern beauftragten Berater sowie KSL und Sportpark, in denen die ausschreibungstechnischen Möglichkeiten sowie marktüblichen Bedingungen erörtert und diskutiert wurden. Als Ergebnis konnte die Rabattierung deutlich verbessert werden (eine vollständige Rabattierung ist unüblich und hätte, sofern darauf bestanden worden wäre, womöglich deutlich schlechtere oder im schlechtesten Fall gar keine Angebote zur Folge gehabt). Nachfolgende Vertragsbedingungen (Rabattregelungen) wurden in Abstimmung mit Dezernat IV vereinbart und in die Leistungsbeschreibung aufgenommen:

Im Stadtgebiet gewährt der Konzessionär der Stadt für Eigen- und Kulturwerbung für Veranstaltungen der KSL (Spielzeiteröffnung, Museumsfest, Kunstnacht, LEVliest, Imagewerbung etc.), Veranstaltungen des SPL (EVL-Halbmarathon, LEVRad, Laufftreff, Imagewerbung etc.), Veranstaltungen der Stadt (LEVspielt, NaturGut Ophoven etc.) sowie Werbung für Veranstaltungen, die im Interesse der Stadt durch von der Stadt zu benennende karitative Einrichtungen und gemeinnützige Vereine durchgeführt werden, im Plakat- und Digitalbereich ein unbegrenztes Listenpreisvolumen p. a. zu 80 % rabattiert (entgeltbefreit¹, nicht termingebunden) in eigenen und/oder angemieteten Werbeträgern des Konzessionärs (sofern es freie Kapazitäten gibt). Neben dem o. a. unbegrenzten Listenpreisvolumen gewährt der Konzessionär zusätzlich im Plakat- und im Digitalbereich ein begrenztes Listenpreisvolumen p. a. von 200 TEUR (netto) zu 80 % rabattiert (entgeltbefreit, termingebunden). Bei termingebundener Werbung erhält der

¹ Der Konzessionär ist grundsätzlich verpflichtet, bezogen auf den entgeltrelevanten Umsatz durch Werbung, ein Entgelt an die TBL zu zahlen. Bei städtischer Eigen- und Kulturwerbung zahlt die Stadt (KSL, SPL) 20 % vom Mediawert an den Konzessionär (da 80 % rabattiert). Hiervon ist kein Entgelt an die TBL abzuführen, da die TBL sonst Gewinn mit städtischem Geld erzielen würden.

Konzessionär bis zum 30.11. eines jeden Vertragsjahres die zu buchende Werbung für das Folgejahr mitgeteilt. Nicht termingebundene Werbung kann dagegen kurzfristig gebucht werden.

Außerhalb des Stadtgebietes gewährt der Konzessionär im Plakatbereich ein Mediavolumen (Auftragswert) in Höhe von 100 TEUR (netto) p. a. zu 80 % rabattiert (nicht termingebunden). Die Wahl der Werbeträgerart, auf der die Eigen- und Kulturwerbung gebucht wird, erfolgt durch die Stadt Leverkusen bzw. denwerbenden. Im Digitalbereich gewährt der Konzessionär in Summe 50.000 Einblendungen p. a. zu 80 % rabattiert (nicht termingebunden) auf seinen eigenen Werbeträgern

Der Konzessionär stellt außerdem den TBL dauerhaft 25 CLP-Vitrinen (CLP = City-Light-Poster, meint eine hinterleuchtete Plakatvitrine) als Stadtinformationsanlagen zur Verfügung. Die TBL oder die Stadt können eine Werbeseite in jeder Stadtinformationsanlage dauerhaft für Eigenwerbung (z. B. für Denkmalbeschreibungen, Stadtpläne) zu 100 % rabattiert nutzen.

Zu 3: Information des Rates

Der seit 2005 in dieser Form bestehende Vertrag mit dem jetzigen Konzessionär wurde fristgerecht von der Stadt und der TBL zum 31.12.2020 gekündigt. Die entsprechenden Beschlussvorlagen wurden in den Rat der Stadt Leverkusen mit Vorlage Nr. 2019/2865 und in den Verwaltungsrat der TBL mit Vorlage VR 593 eingebracht.

Das Vergabeverfahren zur Neuvergabe der Dienstleistungskonzession ist bis auf die Zuschlagserteilung abgeschlossen. Nach Kenntnisnahme der beabsichtigten Vergabe durch den Rat wird das Vergabeverfahren abgeschlossen.

Zu 4: Mitteilung über Rahmenbedingungen

Die Rahmenbedingungen zur Werbung im Stadtgebiet für Veranstaltungen städtischer Einrichtungen bzw. anderer Anbieter im städtischen Interesse wurden unter Punkt 2 behandelt. Wie dort dargestellt, sind sie Gegenstand der vorliegenden Angebote und Inhalt der Leistungsbeschreibung.

Zu 5: Werbung am Forum Leverkusen

In Abstimmung mit Dezernat IV wurde für die Werbung am Forum Leverkusen nachfolgende Regelung in die Ausschreibung aufgenommen:

„Die Stadt bzw. die KSL prüfen aktuell die Eigenbeschaffung und den Eigenbetrieb eines Werbeträgers vor dem Forum der KSL. Der Werbeträger würde nur für Veranstaltungen im Forum genutzt werden. Der Konzessionär hätte dies unabhängig der verwendeten Werbeträgerart und des Formates zu dulden.“

Es liegt eine erste Stellungnahme des Fachbereichs Bauaufsicht vor. Danach könnten lediglich für die Errichtung einer Werbeanlage im Sinne einer Nebenanlage Standorte am Forum in Frage kommen, die sowohl bau- als auch denkmalrechtlich zulässig wären. Bei einer Nebenanlage handelt es sich meistens um eine Werbeanlage an der Stätte der Leistung, die ausschließlich Werbung für den eigenen Betrieb darstellt. Die Planun-

gen über Art, Umfang und Lage der Werbeanlage für eigene Veranstaltungen im Forum werden auch mit Blick auf finanzielle und personelle Aspekte aktuell geprüft.

Das Forum bzw. der Forum-Vorplatz stellt keinen öffentlichen Verkehrsraum dar, fällt daher nicht unter die den TBL übertragenen Aufgaben und ist somit per se kein Vertragsbestandteil.

Grundsätzlich gilt für die Werbestandorte im Anwendungsbereich des neuen Konzessionsvertrages:

Das Werbekonzept der TBL gilt für den Zeitraum 2021 bis 2035, mithin also für 15 Jahre. Um auf Entwicklungen reagieren zu können, bietet der Konzessionsvertrag die Möglichkeit einer späteren Erweiterung oder eines Wechsels der Standorte sowie die Etablierung neuer/weiterer Standorte. Die Maßnahmen sind vorbehaltlich der planungs- und baurechtlichen Genehmigung im Einzelfall jederzeit möglich. In diesem Fall sind die dafür erforderlichen Genehmigungen von den zuständigen Fachbereichen und ggfs. Bezirksvertretungen einzuholen, sodass weiterhin ein Mitsprache- und Mitbestimmungsrecht sowohl bei der zukünftigen Standortfrage als auch bei der Werbeträgerart bestehen.

Fazit:

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass mit dem neuen Konzessionsvertrag eine deutliche Verbesserung zu den bisher geltenden Vertragsbedingungen erreicht wird. Die vereinbarten Inhalte sind positiv zu bewerten:

- Eigen- und Kulturwerbung wird künftig zu 80 % rabattiert (bislang 66,6 %)
- Veränderungen von Standorten sowie neue/weitere Standorte sind möglich, Politik behält Mitsprache- und Mitentscheidungsrecht
- die Werbeträger werden (teilweise) digitalisiert
- für die Stadt kostenfreie Aufstellung von 175 neuen Fahrgastunterständen in modernem Design
- Werbung auch außerhalb des Stadtgebietes ist möglich
- das Forum und dessen Vorplatz könnten von der Stadt selbst genutzt werden (unabhängig vom abzuschließenden Konzessionsvertrag), die Prüfungen zur Umsetzung laufen aktuell.

Damit werden die Interessen der städtischen Institutionen ausreichend berücksichtigt und die Zuständigkeiten und Gestaltungsmöglichkeiten für Politik und Verwaltung bleiben gewahrt.

Begründung der einfachen Dringlichkeit:

Um den anstehenden Vertragsabschluss mit dem neuen Konzessionär mit vorab stattfindender Informierung des Rates innerhalb der laufenden Bindefrist des Angebotes vornehmen zu können, ist eine Kenntnisnahme noch in diesem Sitzungsturnus erforderlich.