

Stuttgart, 15.07.2021

Neukonzeption Werbung, Ausschreibung der Werberechte im öffentlichen Straßenraum

Beschlussvorlage

| Vorlage an | zur | Sitzungsart | Sitzungstermin |
|---|------------------|-------------|----------------|
| Ausschuss für Stadtentwicklung und Technik Verwaltungsausschuss Gemeinderat | Vorberatung | öffentlich | 20.07.2021 |
| | Vorberatung | öffentlich | 28.07.2021 |
| | Beschlussfassung | öffentlich | 28.07.2021 |

Beschlussantrag

1. Die Verwaltung wird beauftragt, die Außenwerberechte der LHS zum 01.01.2023 europaweit neu zu vergeben.
2. Für externe werbefachliche und juristische Beratung werden die Aufwendungen auf rund 200.000 EUR geschätzt.
3. Die Verwaltung wird beauftragt, im Rahmen des Stellenplanverfahrens 2022/2023, die künftig notwendigen Personalbedarfe (Grafik, Organisation und Verfahren der städt. Anteile) bei der Abteilung L/OB-K darzustellen.

Begründung

Der Ausschuss für Umwelt und Technik hat am 07.07.2009 (GRDrs. 511/2009), Niederschrift Nr. 284, der Verwaltungsausschuss am 15.07.2009, Niederschrift Nr. 260 und der Gemeinderat hat am 16.07.2009, Niederschrift Nr. 145, dem Ergebnis der Ausschreibung über die Aufstellung und Verpachtung verschiedener Werbeträger zugestimmt. Die Laufzeit von vier Verträgen von Außenwerberechten endet am 31.12.2022. Es wird angestrebt, die Laufzeit der übrigen Verträge bis zum 31.12.2022 zu verlängern.

Mit der Vorlage vom 15.06.2021 (GRDrs. 91/2021), Niederschrift Nr. 169, wurde dem Ausschuss für Stadtentwicklung und Technik über Umfang, Verfahren und weiteres Vorgehen der nun anstehenden Neuausschreibung berichtet. Darüber hinaus hat der Ausschuss die Aufstellung folgender Werbeträger im öffentlichen Straßenraum ab dem 01. Januar 2023 beschlossen:

- 1.1 hinterleuchtete Plakatvitrienen:
50 in der Innenstadt,
100 im übrigen Stadtgebiet,
insgesamt 150, davon bis zu 100 % digitalisiert
- 1.2 hinterleuchtete Plakatsäulen:
25 in der Innenstadt,
50 im übrigen Stadtgebiet,
insgesamt 75, davon bis zu 100 % digitalisiert
- 1.3 freistehende, hinterleuchtete Großwerbeanlagen:
10 an Einfallstraßen oder Hauptstraßen außerhalb des Talkessels,
alle digitalisiert
- 1.4 Litfaßsäulen:
bis zu 650 im gesamten Stadtgebiet
- 1.5 Plakatwerbeträger für unbeleuchtete Großflächen:
max. 25 außerhalb des Talkessels
- 1.6 Gastspiel- und Veranstaltungswerbung an Fußgängerabschrankungen:
an bis zu 120 Standorten
 - mit bis zu 700 Werbeträgern im Stadtgebiet
 - darüber hinaus können bis zu 500 Werbeträger als Sandwichrahmen in Richtung des Gehwegs angebracht und genutzt werden
- 1.7 Schaltkastenwerbung:
900 für Kulturwerbung
200 für Einzelhandel im Stadtgebiet
- 1.8 Veranstaltungswerbung für Konzertveranstalter:
10 Standorte mit 60 Tafeln im Stadtgebiet

Die Ausschreibung wird in Abstimmung mit dem Amt für Stadtplanung und Stadterneuerung, dem Amt für öffentliche Ordnung, dem Baurechtsamt, dem Rechtsamt, dem Haupt- und Personalamt und dem Rechnungsprüfungsamt durchgeführt.

Eine 100%ige Digitalisierung der Anlagen ist planungsrechtlich nur möglich, wenn die beschlossenen Bebauungspläne "bewegtes" und "wechselndes Licht" zulassen. Es ist das bisherige Planungsziel zu beachten, den Innenstadtbereich zu schützen. Dieser Bereich stellt eine städtebauliche Gesamtanlage nach §172 BauGB mit zahlreichen Kulturdenkmälern dar.

1. Prüfung Vertragsverlängerung

Die derzeitigen Vertragspartner hatten aufgrund der aktuellen pandemiebedingten Lage um mehrjährige Vertragsverlängerung unter Verzicht auf die Durchführung von Vergabeverfahren gebeten. Für die Beurteilung einer Vertragsverlängerung wurde eine Rechtsanwaltskanzlei mit der Prüfung beauftragt. Danach ergibt sich, dass die Verträge nicht ohne ein erneutes Vergabeverfahren mit der Rechtfertigung pandemiebedingter Einnahmeausfälle verlängert werden können. Auch die von den Vertragspartnern nun vorgelegten rechtlichen Stellungnahmen wurden durch die Kanzlei der Stadt geprüft. Nach deren Rechtsauffassung ergeben sich im Ergebnis keine neuen Erkenntnisse und nennenswerte Möglichkeiten zur vergabefreien Verlängerung der bestehenden Werbeverträge.

2. Verfahrensablauf

Es sind 2-stufige europaweite Verfahren zur Vergabe von Konzessionen nach §§ 12 ff. KonzVgV vorgesehen.

In der 1. Verfahrensstufe (Teilnahmewettbewerb) können sich Interessenten um die Verfahrensteilnahme bewerben. Anhand von vorab festgelegten Kriterien erfolgt die Auswahl der Bewerber, die zur Angebotsabgabe aufgefordert werden.

In der 2. Stufe (Angebotsphase) werden die ausgewählten Bewerber zur Angebotsabgabe aufgefordert. Es finden in begrenztem Umfang Verhandlungen zu den abgegebenen Angeboten statt. Schließlich erfolgt anhand festgelegter Zuschlagskriterien die Ermittlung des wirtschaftlichsten Angebots, auf das der Zuschlag erteilt werden soll.

Über den Vergabevorschlag entscheidet der Gemeinderat.

3. Inhalt und Umfang der Ausschreibung

Es werden fünf Lose ausgeschrieben:

Das Los 1 beinhaltet das Recht, die Werbeanlagen der Ziffern 1.1, 1.2 und 1.3 im öffentlichen Straßenraum im Stadtgebiet Stuttgart für Wirtschaftswerbung (unter Berücksichtigung der Nutzungsrechte durch die Stadt) aufzustellen, zu unterhalten und zu vermarkten.

Das Los 2 beinhaltet das Recht, die Werbeanlagen der Ziffern 1.4. und 1.5 aufzustellen, zu unterhalten und zu vermarkten. Je nach Werbeträger wird der Werbeinhalt festgelegt.

Das Los 3 beinhaltet das Recht, die Werbeanlagen der Ziffer 1.6 aufzustellen, zu unterhalten und zu vermarkten. Die Nutzung der Flächen Richtung Gehweg wird der Ankündigung von lokalen Kulturproduktionen/Sportereignissen/Veranstaltungen dienen. Dafür dürfen nur die reinen Bewirtschaftungskosten berechnet werden. Damit wird dem Wunsch nach einer günstigen Werbemöglichkeit entsprochen. Darüber hinaus wird ein Nutzerkonzept sowie der Werbeinhalt für beide Seiten der Anlagen festgelegt.

Das Los 4 beinhaltet das Recht, die Werbeanlagen der Ziffern 1.7 und 1.8 aufzustellen, zu unterhalten und zu vermarkten.

Als Los 5 wird das Aufstellen und Unterhalten von Großuhren mit Werbeflächen erneut ausgeschrieben.

Die Werberechte werden, beginnend ab dem 01.01.2023, für 10 Jahre ausgeschrieben. Eine Vertragslaufzeit von 10 Jahren hat sich bei der letzten Ausschreibung bewährt. Eine kürzere Laufzeit ist vor allem aufgrund der hohen Investitionen für digitale Anlagen nicht vertretbar.

Nicht darunter fällt das Los 3 (GWA), da hier eine Evaluation der Werbeflächen nach 3 bis 4 Jahren vorgenommen werden soll. Es wird daher eine Laufzeit von 5 Jahren mit Option auf Verlängerung um weitere 5 Jahre festgelegt.

Die Erfahrung aus der vorherigen Ausschreibung hat gezeigt, dass die Stadt schon im Vergabeverfahren klare Vorgaben für mögliche Standorte machen wird, damit „unkontrollierte“ Wünsche bzw. Bauanträge an nicht zu realisierenden Standorten durch die Konzessionäre nach Zuschlagserteilung unterbleiben, um z. B. Werbehäufungen zu vermeiden. Zur Erreichung von Planungssicherheit ist eine Vorabprüfung der Genehmigungsfähigkeit der Werbe-Standorte geplant. Die hierfür erforderliche zusätzliche Personalkapazität fehlt derzeit beim Baurechtsamt. Auch die nach der Vergabe zu prüfenden Bauanträge der einzelnen Werbeanlagen bedeuten Arbeitsmehraufwand, der mit dem bisherigen Personal nicht gedeckt werden kann. Ein zusätzlicher Personalbedarf wird ggf. an anderer Stelle beantragt.

Die Bewertung der Angebote erfolgt durch eine im Vorfeld festgelegte Bewertungsmatrix anhand von insgesamt vier Bewertungskriterien in Bezug auf die wesentlichen Themen Entgelt, Design, Standorte und Vertrag. Dabei wird auf das Design- und Standortkonzept in dem von den Bietern vorzulegenden Bieterkonzept ein besonderes Augenmerk gelegt.

Die Vorgabe eines Festpreises für die Bieter (siehe Antrag 189/2021) erfolgt nicht. Dies wäre nur möglich, wenn anhand der übrigen drei qualitativen Zuschlagskriterien die Ermittlung des wirtschaftlichsten Angebots genauso zuverlässig möglich wäre, wie unter Einschluss eines Kriteriums für den Angebotspreis bzw. das zu zahlende Entgelt. Das ist insbesondere unter Berücksichtigung der erheblichen Einnahmen, die mit den Werbenutzungsverträgen für den städtischen Haushalt erzielt werden, nicht ersichtlich.

Ziel ist es, eine Vergabeentscheidung bis spätestens Juni 2022 herbeizuführen.

4. Kultur- und Veranstaltungswerbung, städtischer Eigenanteil

Für Kultur- bzw. Veranstaltungswerbung werden die bisherigen und ausdrücklich gewünschten stuttgart-spezifischen Werbeformen in dem beschlossenen Umfang ausgeschrieben.

Unter Beschlussziffer 1.9 der GRDRs 91/2021 wurde das Bespielen der Anlagen 1.1 bis 1.5 mit bis zu 50 % städtischen Inhalten beschlossen. Hierfür und auch für die Anlagen 1.6 und 1.7 wird ein Konzept über die künftige Nutzung und Gestaltung der Werbeträger durch die Stadt erstellt. Durch die Neuvergabe der Außenwerberechte der Landeshauptstadt Stuttgart werden neben den bisherigen analogen erstmalig auch digitale Werberechte vergeben. Damit eröffnen sich auch für die Stadt Chancen, digitale Werbung für sich nutzen zu können. Nach allgemeiner Markteinschätzung werden die Bedeutung und der Stellenwert digitaler Werbung gemessen am Gesamtmarkt in den nächsten Jahren erheblich steigen.

Um an dieser Marktentwicklung teilnehmen zu können, bedarf es eines spezifischen Know-how. So zeichnet sich die Entwicklung digitaler Werbebotschaften im Vergleich zum „Papierplakat“ durch grundlegende Unterschiede in den einzelnen Produktionsschritten von der Idee, über die Planung bis zum Senden hinsichtlich Kreation, Ausgestaltung und Umsetzung aus. Auch erfordern die technischen Möglichkeiten in der digitalen Werbung andere und zusätzliche Kompetenzen (Stichwort: animierte Bilder) als in der bisherigen „analogen Welt“. Um den neuen Anforderungen gerecht zu werden und für die notwendige Kompetenzerweiterung werden Personalressourcen in der Abteilung L/OB-K benötigt. Die Höhe der Personalbedarfe wird von der Verwaltung im Rahmen des Stellenplanverfahrens 2022/2023 dargestellt und ausführlich begründet.

5. Externe Unterstützung

Für das Ausschreibungs- und Vergabeverfahren ist bei der vorliegenden komplexen Materie eine externe, werbefachliche und juristische Unterstützung notwendig. Die Erstellung eines Konzepts für die Bespielung der städt. Anteile bedarf der Unterstützung eines Werbeexperten, der die Erfahrungen aus anderen großen Städten mit einbringen kann und die internen Abstimmungsprozesse unter Federführung von L/OB-K begleitet. Bereits im Vorfeld mussten mehrere juristische Stellungnahmen zu den Themen Verbote von Werbeeinhalten und Vertragsverlängerung eingeholt werden. Die Unterstützung ist darüber hinaus erforderlich, um schon im Verfahren möglichen Widerspruchsgründen nach der Vergabe vorzubeugen.

6. Einrichtung eines Runden Tisches

Im Antrag Nr. 204/2021 wurde von mehreren Fraktionen die Einrichtung eines Werbebeirats gefordert. Die Verwaltung schlägt vor, dass anstelle eines Werbebeirats ein „Runder Tisch“ eingerichtet wird. Dieser könnte im Gegensatz zum Werbebeirat kurzfristig einberufen werden. Da die Themen im Rahmen der Werbung unterschiedliche Bereiche betreffen, kann der Kreis der Teilnehmer individuell zusammengestellt werden. Außerdem liegt die Federführung dann jeweils beim zuständigen Bereich. Die dort erarbeiteten Konzepte, die eines Beschlusses bedürfen, werden dem Gemeinderat vorgelegt.

Finanzielle Auswirkungen

Die Aufwendungen für die externe werbefachliche und juristische Beratung im Zusammenhang mit der Durchführung des Vergabeverfahrens von rund 200.000 EUR werden im Jahr 2021 im THH 660 - Tiefbauamt, Amtsbereich 6605410 - Gemeindestraßen, KontenGr. 42510 - Sonstige Aufwendungen für Sach- und Dienstleistungen gedeckt. Die Finanzierung erfolgt im Rahmen der Verwaltungszuständigkeit aus dem THH 660 - Tiefbauamt sowie THH 810 - Bürgermeisteramt, Amtsbereich 8108020 - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Mitzeichnung der beteiligten Stellen:

Referat SOS, Referat SWU, Referat WFB, Referat AKR, L/OB

Vorliegende Anfragen/Anträge:

Nr. 189/2021 vom 21.05.2021 der CDU-Gemeinderatsfraktion, FDP-Gemeinderatsfraktion, Freie Wähler-Gemeinderatsfraktion:
Gehwegabschränkungsstandorte erhalten und beidseitig nutzen

Nr. 199/2021 vom 09.06.2021 der FDP-Gemeinderatsfraktion, CDU-Gemeinderatsfraktion, Freie Wähler-Gemeinderatsfraktion: Anzahl der Litfaßsäulen nicht reduzieren und die Pacht für sie halbieren

Nr. 204/2021 vom 14.06.2021 der BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN-Gemeinderatsfraktion, Fraktionsgemeinschaft Die FrAKTION, SPD-Gemeinderatsfraktion, PULS Fraktionsgemeinschaft: Neukonzeption der Werbung im öffentlichen Straßenraum Chancen der Digitalisierung für Kultur und Gemeinwohl nutzen, Werbebeirat einführen

Erledigte Anfragen/Anträge:

Nr. 160/2021 vom 23.04.2021 der Freie Wähler-Gemeinderatsfraktion: Werbeträger für die Gastspiel- und Veranstaltungswerbung an Fußgängerabschränkungen

Dirk Thürnau
Bürgermeister

Anlagen

-

<Anlagen>