

VERTRAULICH
bis zur Feststellung des
schriftlichen Ergebnisses der
letzten nicht öffentlichen
Ausschusssitzung durch
die/den Vorsitzende/n!

Stadt Heidelberg

Federführung:
Dezernat IV, Bürgeramt

Beteiligung:

Betreff:

**Wirtschafts- und Informationswerbung
hier: Erteilung des Zuschlags für den
Werbeanlagenvertrag**

Beschlussvorlage

Beschlusslauf

Die Beratungsergebnisse der einzelnen Gremien beginnen ab der Seite 2.2 ff.
Letzte Aktualisierung: 16. November 2011

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Zustimmung zur Beschlussempfehlung:	Handzeichen:
Haupt- und Finanzausschuss	26.10.2011	N	() ja () nein () ohne	
Gemeinderat	10.11.2011	Ö	() ja () nein () ohne	

Beschlussvorschlag der Verwaltung:

Der Haupt- und Finanzausschuß empfiehlt dem Gemeinderat folgenden Beschluss:

Die Fa. Deutsche Städte Medien GmbH, Torhaus Westhafen, Speicherstraße 57-59, 60327 Frankfurt am Main erhält den Zuschlag für den Werbeanlagevertrag.

Anlagen zur Drucksache:

Nummer:	Bezeichnung
A 01	Informationen zur Ausschreibung (Die vertrauliche Anlage wird in der Sitzung als Tischvorlage verteilt!)

Sitzung des Haupt- und Finanzausschusses vom 26.10.2011

Ergebnis: einstimmige Zustimmung zur Beschlussempfehlung

Sitzung des Gemeinderates vom 10.11.2011

Ergebnis: einstimmig beschlossen

A. Prüfung der Nachhaltigkeit der Maßnahme in Bezug auf die Ziele des Stadtentwicklungsplanes / der Lokalen Agenda Heidelberg

1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

Nummer/n: (Codierung)	+ / - berührt:	Ziel/e:
QU 1		Solide Haushaltswirtschaft Begründung: Durch die Vergabe einer Werberechtskonzession für den öffentlichen Straßenbereich wird durch die Nutzung des Straßenraums als Werbeträger ein angemessener Ertrag für den städtischen Haushalt erzielt.
SL 1		Ziel/e: Einzigartigkeit von Stadt und Landschaftsraum sowie das historische Erbe der Stadt bewahren. Begründung: Durch die Vergabe einer Werberechtskonzession soll erreicht werden, dass trotz der Werbeanlagen ein ästhetisches Ortsbild gewahrt bleibt und dass die Werbeanlagen zahlenmäßig auf ein verträgliches Maß begrenzt werden.

2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

keine

B. Begründung:

Konzept

Der Gemeinderat hat am 27. Juli 2011 das Werbekonzept für die Wirtschafts- und Informationswerbung im öffentlichen Straßenraum und auf dieser Grundlage die Ausschreibung des Werbeanlagenvertrages beschlossen. (Drucksache 0223/2011/BV).

Bei der Entwicklung des Konzepts mit festgelegten Standorten galt das hauptsächliche Augenmerk der Stadtbildpflege. Auch bei aufgestellten Werbeanlagen sollte ein ästhetisches Ortsbild gewahrt bleiben und die Werbeanlagen sollten zahlenmäßig auf ein verträgliches Maß begrenzt werden. Der Aspekt der Stadtbildpflege spielte auch mit Blick auf die historische Heidelberger Altstadt eine besondere Rolle. Deshalb gelten für die Altstadt besondere Einschränkungen.

Daneben spielten auch finanzielle Überlegungen eine Rolle. Der Straßenraum als Werbeträger sollte einen angemessenen Ertrag für den städtischen Haushalt abwerfen.

Inhalt des Werbeanlagenvertrages

Der Werbeanlagenvertrag beinhaltet das Recht, während der Laufzeit von 15 Jahren Werbeanlagen zu errichten, zu unterhalten und zu bewirtschaften. Für die Einräumung dieser Rechte erbringt das Unternehmen als Ertrag für die Stadt Heidelberg folgende Gegenleistung:

1. Die Errichtung und den Betrieb von öffentlichen Toilettenanlagen, vergleiche § 10 Werbeanlagenvertrag.
2. Die Lieferung von Plakatträgern für Plakate im Format DIN A1, vergleiche § 11 Werbeanlagenvertrag.
3. Den Betrieb von Kultursäulen, vergleiche § 9 Werbeanlagenvertrag.
4. Die Errichtung eines digitalen City-Light-Bords für Stadtinformationen, vergleiche § 12 Werbeanlagenvertrag.
5. Die Einräumung von diversen Werbevergünstigungen, vergleiche § 6 Werbeanlagenvertrag.
6. Die Zahlung einer Konzessionsabgabe, vergleiche § 15 Werbeanlagenvertrag.

Ausschreibung

Die Angebotsfrist der europaweiten Ausschreibung endete am 12. September 2011.

Innerhalb der Frist hat allein die Firma Deutsche Städte Medien GmbH ein Angebot abgegeben (weitere Informationen siehe Anlage 1).

Die Firma Deutsche Städte Medien GmbH ist ein Unternehmen der Ströer Gruppe. Ihre Geschäftsanteile gehören zu 100 % der Ströer Media Deutschland GmbH, deren Geschäftsanteile wiederum zu 100 % von der Konzernholdinggesellschaft Ströer Out of Home Media AG gehalten werden. Die Deutsche Städte Medien GmbH hat eine über 30 jährige Erfahrung in der Bereitstellung und Unterhaltung öffentlicher Infrastruktureinrichtungen und eine über 80 jährige Erfahrung im Betrieb und in der Vermarktung von Außenwerbeanlagen,

Die mit der Ausschreibung geforderte Referenzliste weist Partnerschaften mit Städten wie Duisburg, Essen, Frankfurt, Hamburg, Hannover, Leipzig oder München aus. Die Ströer Gruppe verfügt in Deutschland über rund 230.000 Werbeflächen und ist einer der größten internationalen Anbieter von Out of Home Medien und Stadtmöblierung.

Es ist davon auszugehen, dass die Firma Deutsche Städte Medien GmbH aufgrund ihrer Erfahrungen, nach Beurteilung aller geforderten Leistungen, ein sorgfältig kalkuliertes Angebot mit einer angemessenen Umsatzbeteiligung abgegeben hat.

gezeichnet

Wolfgang Erichson