

## ÖFFENTLICHE BESCHLUSSVORLAGE GWH

**Amt/Eigenbetrieb:**

GWH - Immobilienbetrieb der Stadt Hagen

**Beteiligt:**

20 Fachbereich Finanzen und Controlling  
30 Rechtsamt  
61 Fachbereich Stadtentwicklung, -planung und Bauordnung  
Vorstandsbereich für Finanzen und interne Dienste  
Vorstandsbereich für Stadtentwicklung und Bauen

**Betreff:**

Neuvergabe der Außenwerberechte in Hagen

**Beratungsfolge:**

08.04.2014 Betriebsausschuss GWH  
09.04.2014 Bezirksvertretung Eilpe/Dahl  
10.04.2014 Haupt- und Finanzausschuss  
30.04.2014 Bezirksvertretung Hohenlimburg  
06.05.2014 Bezirksvertretung Hagen-Mitte  
07.05.2014 Bezirksvertretung Hagen-Nord  
08.05.2014 Bezirksvertretung Haspe  
13.05.2014 Stadtentwicklungsausschuss  
15.05.2014 Rat der Stadt Hagen

**Beschlussfassung:**

Rat der Stadt Hagen

**Beschlussvorschlag:**

1. Die Werberechte auf städt. Grundstücken werden in Anlehnung an die Vergabe- und Vertragsordnung für Leistungen – Teil A (VOL/A) europaweit ausgeschrieben. Hierbei sind die in der Begründung unter Ziffer I genannten Kriterien vorzugeben.
2. Der Beschluss ist bis zum 30.09.2014 umzusetzen.

**Kurzfassung**

Der Werberechtsvertrag aus dem Jahr 1981 wurde zum 31.12.2014 gekündigt. Die Werberechte sollen in Anlehnung an die Vergabe- und Vertragsordnung für Leistungen – Teil A (VOL/A) zum 01.01.2015 europaweit ausgeschrieben werden.

**Begründung****I. Ausschreibung der Werberechte**

Durch Vertrag vom 11.05./06.07.1981 wurde der Firma Hoffmann und Schmincke GmbH & Co. KG, Hagen, das Recht zur alleinigen Ausnutzung aller Werbemöglichkeiten übertragen, welche die Stadt Hagen freigibt und über die sie das Verfügungsrecht hat. Im Rahmen der Aufstellung des Haushaltssanierungsplanes 2012 / 2013 fasste der Rat der Stadt Hagen am 21.06.2012 den Beschluss, den Werberechtsvertrag neu auszuschreiben, um ab 2015 ein Konsolidierungspotential von 500.000 € zu realisieren (Maßnahme 12\_VB5.004). Das auf die DSM Deutsche Städte Medien GmbH übergegangene Vertragsverhältnis wurde zum 31.12.2014 gekündigt.

Werberechtsverträge werden regelmäßig als Dienstleistungskonzessionen qualifiziert. Diese unterscheiden sich von öffentlichen Dienstleistungsaufträgen nur insoweit, als die Gegenleistung für die Erbringung der Dienstleistung ausschließlich in dem Recht zur Nutzung der Dienstleistung oder diesem Recht zuzüglich der Zahlung eines Preises besteht. Als Folge findet das Vergaberecht keine Anwendung. Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes wird aber aufgrund der Binnenmarktrelevanz in der Europäischen Union eine Pflicht zur europaweiten Ausschreibung unter Beachtung der Grundsätze der Gleichbehandlung und Transparenz bejaht, der durch eine entsprechende Ausschreibung in Anlehnung an die Vergabe- und Vertragsordnung für Leistungen – Teil A (VOL/A) nachgekommen werden soll.

In Zusammenarbeit mit der aufgrund des Beschlusses des Haupt- und Finanzausschusses vom 28.11.2013 (Vorlage 1103/2013) zur Beratung hinzugezogenen Firma GESTOCON, Berlin, wurden die Rahmenbedingungen für eine Neuvergabe der Außenwerberechte auf Flächen im Eigentum der Stadt Hagen geprüft und festgelegt:

- Die Laufzeit des neuen Werberechtsvertrages soll am 01.01.2015 beginnen und 15 Jahre betragen.
- Die Werberechte auf städt. Grundstücken (fiskalisch oder öffentlich) werden auf Basis der bisherigen Werbeträgerstandorte ausgeschrieben. Hierbei sollen die Standorte – wo dies möglich ist – qualitativ aufgewertet werden, d. h. klassisch geklebte Großflächen sollen durch hinterleuchtete Werbung ersetzt werden.

- In der Werbung im öffentlichen Raum werden klassische Werbeträger nach Art und Größe unterschieden. Das Basisformat ist der 1/1 Bogen (59 x 84 cm = DIN A1):
  - Litfasssäule - beleuchtete / unbeleuchtete Ganzsäule im 4/1 bis 8/1 Format oder Allgemeinstelle für z. B. Kulturanschlüsse im 1/1 Format.
  - Großfläche - beleuchtet / unbeleuchtet, geklebte Plakatfläche im 18/1 Format.
  - City-Light-Poster (CLP) - verglaste und hinterleuchtete Vitrine (ein- oder doppelseitig) im 4/1 Format.
  - City-Star (CS) - be- bzw. hinterleuchtete Großflächenvitrine (ein- oder doppelseitig), ohne Plakatwechselanlage auf einem quer zur Fahrbahn aufgestellten 2,50 Meter hohen Monofuß im 18/1 Format.
  - City-Light-Board (CLB) / Mega-Light-Board (MLB) - hinterleuchtete Großflächenvitrine (ein- oder doppelseitig), mit einer Plakatwechselanlage (3 Werbeflächen pro Seite) auf einem quer zur Fahrbahn aufgestellten 2,50 Meter hohen Monofuß im 18/1 Format.
- Bildung von Bereichszonen für City-Light-Board / Mega-Light-Board-Standorte
  - Unter Betrachtung der gegebenen Marktpotentiale, in Bezug auf die gesamten Werbeflächen in Hagen, hat die Firma GESTOCON der Verwaltung vorgeschlagen, noch maximal 18 zusätzliche Werbeflächen vorzusehen. Bei den neuen Werbeträgern handelt es sich vorzugsweise um doppelseitige City-Light-Board- / Mega-Light-Board- (CLB / MLB) bzw. City-Star- (CS) Anlagen. Die 18 zusätzlichen Werbeflächen entsprechen z. B. 3 doppelseitigen CLB / MLB bzw. 9 doppelseitigen CS Standorten.
  - Die Verwaltung schlägt hierfür Bereichszonen im Hagener Stadtgebiet vor, in denen aus planungsrechtlicher Sicht die Errichtung bzw. der Austausch von Altanlagen mit CLB / MLB oder CS möglich ist. Die Standorte befinden sich ausschließlich an hoch frequentierten Straßenabschnitten bzw. Knotenpunkten. Die Bereichszonen sind so ausgewählt, dass der Bieter einerseits eine Auswahlmöglichkeit untereinander als auch innerhalb der Bereichszone hat. Eine Einzelstandortgenehmigung erfolgt nach Vergabe im Baugenehmigungsverfahren.
  - Auch im Bereich der City-Light-Poster (CLP) sind Potentiale gegeben, die in der Regel an sehr prominenten Stellen wie Buswartehallen oder anderem Stadtmobiliar integriert bzw. freistehend als Vitrine oder als Wandvitrine an gut frequentierten Standorten (z. B. Fußgängerzone) aufgestellt werden. In Verbindung mit dem Thema Wartehallen werden zunächst keine neuen City-Light-Poster-Standorte (CLP) vorgeschlagen. Allerdings sollen im Austausch für die Altanlagen der Firma Eckmann (Stadtinformations- und Werbeanlagen) bis zu 10

doppelseitige CLP Standorte an hoch frequentierten Stellen errichtet werden. Die CLP sollen wie bisher einseitig mit einem Stadtplan ausgestattet sein. Da die Informationstafeln der Fa. Eckmann an prominenten Standorten auch in den Stadtteilen (z. B. an Haupteinfahrtsstraßen) stehen, würde den Bezirksvertretungen hier die Möglichkeit geschaffen, eine Seite der CLP als Stadtteilinfo (Stadtplan etc.) zu nutzen.

- Ausgeschrieben werden weiter die Werberechte an Masten der öffentlichen Straßenbeleuchtung.
- Für die kulturelle und sonstige eigene Werbung der Stadt ist auf Basis der bisherigen Regelungen ein Rabatt auf die Tarifpreise von 50 % vorzusehen. Weiter ist der neue Werbepartner zu verpflichten, der Stadt Hagen das Recht einzuräumen, in sämtlichen Orten im Einzugsgebiet, in dem er auch Vertragspartner ist, zur Durchführung verkehrlicher und wirtschaftlicher Werbung bis zu 6 x jährlich einen Plakatanschlag an allen allgemeinen Anschlagstellen für die Dauer von jeweils 10 Tagen in Anspruch zu nehmen.
- Das vorhandene Fußgängerleitsystem in der Innenstadt ist zu erhalten oder durch ein gleichwertiges System zu ersetzen.
  - Es sollen die allgemeinen Anforderungen an ein Leit- und Informationssystem mit dem Systemaufbau (definierte Zielgruppen, ausgewiesene Ziel- und Wegeprioritäten) sowie das vorhandene Design und die Farbgestaltung beibehalten werden.
  - Bei Festlegung von Schriftart, Schriftgröße, Piktogrammen und Anordnung der Schilderinhalt sind weiterhin Aspekte der Wahrnehmung, Erkennbarkeit und Lesbarkeit maßgebend. Es werden keine zusätzlichen Werbeflächen auf dem Fußgängerleitsystem ausgewiesen.
  - Für die Schrift- und Sockelfarbe wird das „Schumacher-Blau“ (RAL 5005) verwendet – kein StVO-Richtzeichendesign (RAL 5017).
  - Die Hagener Eiche bleibt als Logo bestehen.
- Mit der Ausschreibung ist die Pflicht verbunden, die Werbeträger und das Fußgängerleitsystem laufend zu reinigen und technisch sowie optisch kontinuierlich auf Kosten des Konzessionärs in einwandfreiem Zustand zu erhalten. Für das Fußgängerleitsystem gilt:
  - Die Pflege und Unterhaltung wird durch den Vertragspartner in einem regelmäßigen Reinigungszyklus (mindestens 4 x jährlich) übernommen.
  - Die Instandsetzung (z. B. bei Vandalismus) erfolgt durch den Vertragspartner umgehend, unabhängig vom Reinigungszyklus.

- Das Fußgängerleitsystem wird bei Vertragsbeginn einmalig in allen betroffenen Stelen und Wegweisern auf den aktuellen Stand gebracht (z. B. Körnerplatz = Sparkassenkarree, Elbersgelände mit neuer Wegeverbindung zur Stadthalle, HagenInfo / HagenAgentur).
- Alle 2 Jahre werden maximal 2 Stelen und 3 Pfeilwegweiser auf den neuesten Stand angepasst.
- Mit der Ausschreibung ist weiter die Pflicht verbunden, nicht genehmigte Werbung Dritter (so genannte „Wildwerbung“) schnellstmöglich auf eigene Kosten zu entfernen.
- Gemäß Vereinbarung mit der Hagener Straßenbahn AG werden die Werbeträger in Wartehallen bereits jetzt für die Zeit nach 2019 in die Ausschreibung einbezogen.
- Werberechte in Sportstätten werden nicht berührt. Hier verbleibt es bei den bestehenden Einzelfallregelungen.

## **II. Überleitungsvertrag**

Mit der Firma DSM Deutsche Städte Medien GmbH sollte zur geordneten operativen Abwicklung des zum 31.12.2014 gekündigten Werberechtsvertrages ein Überleitungsvertrag geschlossen werden.

Durch diesen Vertrag sollte die Stadt in die Lage versetzt werden, im Falle eines Konzessionärswechsels die vorhandenen Werbeanlagen und das Fußgängerleitsystem zum 31.12.2014 erwerben zu können oder das Recht zum Erwerb der Anlagen an einen neuen Konzessionär abtreten zu können. In die Verhandlungen sollte auch die von der DSM Deutsche Städte Medien GmbH errichtete und betriebene WC-Anlage im Volkspark (separater Vertrag bis 2021) einbezogen werden.

Zwischenzeitlich hat die Firma DSM Deutsche Städte Medien GmbH mitgeteilt, sie werde keinen Überleitungsvertrag schließen und auch ihre Werbeanlagen und das Fußgängerleitsystem nicht verkaufen. Dies bedeutet, dass die Firma DSM Deutsche Städte Medien GmbH die Werbeanlagen und das Fußgängerleitsystem mit Ablauf des 31.12.2004 abbauen muss, sollte sie bei der europaweiten Ausschreibung der Werberechte nicht den Zuschlag erhalten.

gez.

Jörg Dehm  
Oberbürgermeister

Bei finanziellen Auswirkungen:

gez.

Thomas Grothe  
Technischer Beigeordneter

gez.

Christoph Gerbersmann  
Stadtkämmerer



## Verfügung / Unterschriften

### Veröffentlichung

Ja

Nein, gesperrt bis einschließlich \_\_\_\_\_

---

**Oberbürgermeister****Gesehen:**

---

**Stadtkämmerer**

---

**Stadtsyndikus**

---

**Beigeordnete/r**  
**Die Betriebsleitung**  
**Gegenzeichen:****Amt/Eigenbetrieb:**

GWH - Immobilienbetrieb der Stadt Hagen

20 Fachbereich Finanzen und Controlling

30 Rechtsamt

61 Fachbereich Stadtentwicklung, -planung und Bauordnung

Vorstandsbereich für Finanzen und interne Dienste

Vorstandsbereich für Stadtentwicklung und Bauen

---

---

---

---

---

---

---

---

**Beschlussausfertigungen sind zu übersenden an:****Amt/Eigenbetrieb:****Anzahl:**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---