

### **Zielkatalog**

Mit der zukünftigen Vergabe der Dienstleistungskonzession zur Werbung im öffentlichen Raum verfolgt die Universitätsstadt Siegen im Wesentlichen die folgenden Ziele:

1. Sicherstellung einer hochwertigen Ausstattung und Gestaltung der Stadtmöbel wie Werbeanlagen, Wartehallen und Stadtinformationsanlagen.
2. Es soll ein einheitliches Stadtbild hinsichtlich der Stadtmöblierung und Werbeträgern unter Berücksichtigung wirtschaftlicher, stadtgestalterischer, verkehrsplanerischer und klimarelevanter Aspekte erreicht werden.
3. Gewährleistung einer vorbildlichen Reinigung und Wartung der Stadtmöblierungselemente und der Werbeanlagen. Wildplakatierung ist zu beseitigen.
4. Sicherstellung der Anforderungen an die Nutzerfreundlichkeit insbesondere von Menschen mit Behinderung bei allen Stadtmöblierungselementen.
5. Beibehaltung / Verbesserung von Werbemöglichkeiten für lokale Geschäftskunden sowie kulturelle und sonstige städtische Veranstaltungen.
6. Wesentliche Verbesserung der Einnahmesituation.

Es ist ein Konzept vorzulegen, aus dem sich ergibt, wie die Ausübung der Werberechte in Siegen organisatorisch, personell und konzeptionell bearbeitet wird. Die Erfahrungen der letzten Jahre haben gezeigt, dass die örtliche Veranstaltungs-, Geschäfts- und Kulturwerbung einer lokalen und individuellen Betreuung bedarf. Hierzu sind entsprechende Vorschläge zu machen.

Über die Art der Werbeträger sind detaillierte Angaben bzgl. der Qualität, Gestaltung und Funktionalität sowie über das Werbeträgerportfolio zu machen. Dabei ist klarzustellen, welche Werbeträger kurz-, mittel- und langfristig zum Einsatz kommen sollen.

Eine mögliche Optimierung des Werbenetzes muss detailliert beschrieben und erläutert werden.

Die Universitätsstadt erwartet Aussagen über die Bereitstellung kostenloser und rabattierter Kapazitäten für Eigenwerbung und kultureller Werbung, sowie für Werbung der gemeinnützigen Vereine und politischen Parteien. Die Zuteilung der einzelnen Flächen verbleibt bei der Wirtschaftsförderung.

Die bisherige Regelung wird überarbeitet und folgende Kriterien werden bei der Vergabe der Flächen zugrunde gelegt:

1. Anträge auf kostenfreie Plakatierung müssen spätestens vier Wochen vor dem geplanten Plakatierungstermin bei der Wirtschaftsförderung vorliegen. Später eingehende Anträge werden nicht mehr berücksichtigt. Freie Flächen können durch den Vertragspartner genutzt werden.

2. Sollte zu einem Termin nicht genügend Kapazitäten vorhanden sein, müssen die Veranstalter geringere Kapazitäten in Kauf nehmen, auch wenn die Wahrnehmung der Plakatierung evtl. geringer ist. Ein Rechtsanspruch auf die Zuteilung bestimmter Flächen besteht nicht.
3. Großflächen werden vorrangig für großformatige Werbung vergeben. DIN-A-1 Plakate werden zunächst auf Litfaßsäulen und Mastträgern verteilt. Sollten freie Großflächen zur Verfügung stehen, könnten auch diese genutzt und Schachbrettartig beklebt werden.
4. Für die digitalen Werbeflächen soll weiterhin die Möglichkeit kostenloser gesamtstädtischer Eigenwerbung bestehen. Buchungen sollen von den Fachabteilungen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit und Kultur zu gleichen Teilen möglich sein. Darüber hinaus soll künftig auch für gemeinnützige Vereine die digitale Werbemöglichkeit auf den Monofußgroßflächen mit einem entsprechenden Freikontingent ermöglicht werden, um auch diesen Veranstaltern die Möglichkeit der modernen Werbung zu geben.

Von den Bewerbern wird ausdrücklich erwartet, dass sie „Wildplakatierungen“ im Stadtgebiet auf Grundlage des vorhandenen Ortsrechts und nach Prüfung und Durchführung der erforderlichen öffentlich-rechtlichen Maßnahmen, nach Beauftragung durch die Universitätsstadt Siegen entfernen. Es werden konkrete Aussagen von den Bewerbern zu präventiven Maßnahmen in diesem Zusammenhang erwartet.

Weiterhin werden von Bewerbern ausdrücklich Aussagen über eine gewisse Vertragsdynamik erwartet. Bei einer so langen Vertragslaufzeit muss eine gewisse Flexibilität vorhanden sein, sodass auf die Dynamik innerhalb einer Stadt z. B. durch städtebauliche Veränderungen während der Vertragslaufzeit reagiert werden kann.

Ein Standortverzeichnis mit Angaben zur technischen Ausstattung, Größe, Typ, und Aufbaudaten der bestehenden Anlagen kann bei der Kontaktstelle der Universitätsstadt Siegen angefordert werden.

Die Werbeträger des bisherigen Inhabers der Werberechte auf öffentlichem Grund können – außer die digitalen Monofußgroßflächen – übernommen werden. Der jeweilige Ablösepreis ist dem Standortverzeichnis zu entnehmen. Der Ankauf kann nur für alle analogen Werbeträger gesamt ausgeübt werden.

#### **Werbeträgerbestand:**

Der aktuelle Werbeträgerbestand stellt sich wie folgt dar:

- 6 City-Light-Poster (1 einseitig, 5 doppelseitig)
- 6 Mega-Lights (1 einseitig, 5 doppelseitig)
- 38 Litfaßsäulen unbeleuchtet
- 7 Litfaßsäulen beleuchtet
- 57 Großflächen unbeleuchtet, davon 20 für kulturelle Werbung
- 1 Großfläche beleuchtet
- 4 Sammelgewerbehinweisanlagen
- 161 Mastträger
- 22 Wartehallen mit Großflächen
- 51 Wartehallen mit City-Light-Postern und Sitzgelegenheit
- 3 öffentliche Toilettenanlagen

## **Bewertung des Bestands und Handlungsempfehlungen:**

- Monofußgroßflächen (Mega-Lights und City-Light-Poster)

Im Stadtgebiet Siegen befinden sich aktuell sechs Mega-Light Anlagen auf kommunalen Flächen sowie 6 City-Light-Poster unabhängig von einem Fahrgastunterstand.

Die sechs Mega-Light Anlagen befinden sich an zentralen Knotenpunkten im Stadtgebiet. Die City-Light-Poster sind an zentralen Stellen im Stadtgebiet (unter anderem Fußgängerzone Innenstadt) platziert und aufgrund ihrer Größe vielseitig einsetzbar. Die Monofußgroßflächen stellen durch die Hintergrundbeleuchtung in der Dunkelheit einen deutlich sichtbaren Bezugspunkt dar. Insofern besteht hier ein doppelter Nutzen durch den Sicherheitsaspekt. Hier werden auch digitale Warnmeldungen aufgespielt, falls eine Gefahrensituation für die Allgemeinheit vorliegen sollte. Darüber hinaus kann auf diesen modernen Medien auch städtische Eigenwerbung betrieben werden.

Im Rahmen der Neuausschreibung des Werbenutzungsvertrages sollten im Einklang mit stadtentwicklungstechnischen und verkehrsplanerischen Aspekten weitere Standorte, die bislang analog betrieben werden, auf digitale Anlagen umgerüstet werden. Es handelt sich um eine moderne und attraktive Werbeform, welche sich im positiven Sinne stadtbildprägend auswirkt und die Universitätsstadt Siegen, unter anderem durch den großen Informationsaspekt, profitiert.

- Großflächen

Derzeit befinden sich auf städtischen Flächen 58 Großflächen im 18/1-Format, wovon nur eine Großfläche beleuchtet wird.

Bei ungünstigen Witterungsbedingungen häufen sich erfahrungsgemäß Beschwerden über einen unansehnlichen Zustand zum Beispiel durch herabhängende Papierstreifen. Insbesondere an Nebenstraßen verfehlen diese Großflächen ihren beabsichtigten Werbeeffect.

Die Universitätsstadt Siegen erwartet von dem Vertragspartner, dass vorhandene Großflächen reduziert und ggfs. auch an anderen, attraktiveren Standorten durch neue, hochwertigere Anlagen in Abstimmung mit den erforderlichen städtischen Fachabteilungen (unter anderem Straße und Verkehr, Bauaufsicht, Stadtentwicklung) ersetzt werden. Die Großflächen sollen grundsätzlich beleuchtet sein und möglichst mit einer reißfesten Folie statt Papier bewirtschaftet werden können. Alternativen sind zulässig.

- Fahrgastunterstände

Die Fahrgastunterstände in der Universitätsstadt Siegen werden von unterschiedlichen Vertragspartnern unterhalten. 144 Fahrgastunterstände sind eigene städtische Haltestellen. 73 Wartehallen wurden vom bisherigen Vertragspartner bewirtschaftet. Diese 73 Fahrgastunterstände sind zwecks Refinanzierung mit Werbeanlagen im 4/1-Format (4 x DIN A 1) kombiniert und verfügen über Sitzgelegenheiten und Fahrplan-Informationstafeln.

Der Vertragspartner übernimmt alle Kosten für eine regelmäßige (genau zu definierende) Reinigung, Wartung, Instandhaltung und Erneuerung sowie für die Versetzung von Fahrgastunterständen.

Sofern technisch ohne besonderen Aufwand möglich, sind die Wartehallen zu beleuchten. Stromanschlusskosten und die laufenden Strombetriebskosten sind vom Vertragspartner zu übernehmen.

Im Stadtgebiet werden teilweise Bereiche für den öffentlichen Personennahverkehr mithilfe von Fördermitteln des Landes oder Bundes ausgebaut. In diesen geförderten Bereichen kann es dazu kommen, dass vorhandene Wartehallen mit Werbeanlagen zurückgebaut und dort nicht wiederaufgebaut werden können.

Vom neuen Vertragspartner wird erwartet, dass alle Buswartehallen, welche nur aus einer Rückwand (Großfläche zu Werbezwecken) und einem vorragenden Wellblechdach bestehen, mit höchster Priorität sukzessive gegen hochwertigere Buswartehallen, ggfs. mit Dachbegrünung, ausgetauscht werden. Bei diesem Typ Fahrgastunterstand ist es in der Vergangenheit des Öfteren vorgekommen, dass die Dächer aufgrund von Witterungsschäden, mangelnder Instandhaltung etc. eingestürzt oder durch Sturm heruntergeweht wurden und in den Straßenverkehr geraten sind.

Darüber hinaus sollte aufgrund des Umweltschutzes (u. a. positive Klimabilanz, Insektenfreundlichkeit) eine Begrünung aller Wartehallen, die darüber hinaus während des Vertragszeitraumes ausgetauscht werden müssen, erfolgen. Die Begrünung ist durch spezielle zur Dachbegrünung geeignete Pflanzen (z. B. Sedum-Gewächse, Sukkulente etc.) vorzunehmen. Die Pflege dieser Begrünungen hat durch den Vertragspartner zu erfolgen. Eine Begrünung der städtischen Buswartehallen wird nach derzeitigem Kenntnisstand von der Abteilung Straße und Verkehr nicht angestrebt, da der Unterhaltungsaufwand zu groß erscheint und nicht durch die Abteilung Grünflächen gewährleistet werden kann.

Ein Austausch von Wartehallen kann nur in Abstimmung mit der Universitätsstadt Siegen erfolgen. Es ist ein einheitliches Modell zu wählen.

- Informationseinrichtungen

Innerhalb des Stadtgebietes Siegen befinden sich 9 Stadtinformationsanlagen an zentralen Stellen. Diese sind einheitlich gestaltet. Die Universitätsstadt Siegen hat das Recht, eine Seite für Stadtpläne oder Eigenwerbung zu nutzen.

Die 4 Sammelgewerbehinweisanlagen sind auf einem aktuellen Stand zu halten und bei Bedarf zu ergänzen, auszutauschen oder zurückzubauen.

- Öffentliche Toilettenanlagen

Im Stadtgebiet Siegen befinden sich neben sämtlichen städtischen öffentlichen Toilettenanlagen insgesamt drei Anlagen (Rathaus Oberstadt, Bahnhof Weidenau, ZOB Siegen), welche bisher durch den Vertragspartner unterhalten wurden.

Diese Regelung soll im neuen Werbenutzungsvertrag nicht beibehalten werden. Die Toilettenanlage am Rathaus Oberstadt geht mit Vertragsende automatisch in das Eigentum der Universitätsstadt Siegen über.

Die anderen beiden Toilettenanlagen können vom jetzigen Vertragspartner für den jeweiligen Restwert zum Vertragsende übernommen werden. Der derzeitige Vertragspartner hat die voraussichtlichen Restwerte der Anlagen zum Vertragsende ermittelt und ist dabei von in der Branche üblichen Anhaltewerten ausgegangen, die laut Vertragspartner ungefähr 20 % des Neupreises entsprechen. Die Anlagen am ZOB Siegen und am Bahnhof Weidenau werden insgesamt mit einem Restwert in Höhe von 35.000,00 € beziffert. Dieser Wert entspricht nach Einschätzung der Abteilung Zentrale Gebäudewirtschaft auch dem tatsächlichen Zustand der Anlagen. Sofern die Anlagen nicht von der Universitätsstadt Siegen übernommen werden, besteht gemäß dem aktuellen Vertrag eine Verpflichtung des Vertragspartners zum Rückbau. Da es sich bei den Standorten um hochfrequentierte Bereiche und somit auch im Sinne des gesamtstädtischen WC-Konzepts um geeignete Standorte für eine öffentliche Toilettenanlage handelt, ist beabsichtigt, diese zu übernehmen und in das WC-Konzept der Universitätsstadt Siegen zu integrieren.

Im Falle einer Übernahme werden dann auch diese drei Toilettenanlagen einheitlich von der städtischen zentralen Gebäudewirtschaft mit sämtlichen anderen städtischen Toilettenanlagen unterhalten. Die Bestreifung erfolgt wie bislang auch im Falle einer Übernahme weiterhin durch den kommunalen Ordnungsdienst.

Somit werden öffentliche Toilettenanlagen und deren Betrieb nicht mehr mit dem neuen Werbenutzungsvertrag ausgeschrieben, was als Kopplungsgeschäft auch kartellrechtlich kritisch gesehen wird.

#### **Veranstaltungs-, Geschäfts- und Kulturwerbung, Wahlwerbung:**

- Litfaßsäulen

Aktuell stehen 45 Litfaßsäulen für kostenfreie Werbung für städtische Eigenwerbung (städtische Veranstaltungen bzw. Veranstaltungen gemeinnütziger Institutionen und Vereine) zur Verfügung, wovon 7 beleuchtet sind. Sie sind hier ein gern genommenes Medium gerade für gemeinnützige Institutionen und Vereine, da hier mit einer gängigen Plakatgröße im DIN A 1 Format ein beliebtes Werbemedium zur Verfügung steht und verschiedene Veranstaltungen gleichzeitig beworben werden können.

Das Angebot soll in jedem Fall erhalten bleiben. Es sollen jedoch alle Standorte vom neuen Vertragspartner überprüft werden und wenig frequentierte Standorte zurückgebaut, dafür hoch frequentierte Standorte durch Beleuchtung oder andere Mittel aufgewertet werden.

- Großflächen (Cultureboards)

Momentan befinden sich im Siegener Stadtgebiet 20 Großflächen für kostenfreie Kulturwerbung. Diese Form der Werbung ist beliebt und größere Veranstalter (z. B. VHS, Abteilung Kultur, Apollo Theater, Siegener Weihnachtsmarkt etc.) nutzen diese Form der Werbung häufig. Diese Flächen werden vorrangig an jene Veranstalter vergeben, die großformatig werben möchten.

Darüber hinaus können die Großflächen auch für schachbrettartige Plakatierung mit DIN A 1 Plakaten genutzt werden. Dies wird gerne von gemeinnützigen Institutionen und Vereinen für Veranstaltungswerbung neben der Werbung an Litfaßsäulen und Mastträgern genutzt.

Alle Flächen sollten weiterhin zur Verfügung stehen und vom Vertragspartner unterhalten werden. Ggfs. können von den weiteren im Stadtgebiet vorhandenen Großflächen noch

weitere für Kulturwerbung zur Verfügung gestellt werden, sodass dieses Medium für mehrere Veranstaltungen gleichzeitig von unterschiedlichen Veranstaltern genutzt werden kann.

Nimmt die Universitätsstadt Siegen die vom Vertragspartner zur Verfügung gestellten Großflächen nicht für Eigenwerbung in Anspruch, hat der Vertragspartner das Recht, diese Flächen für kommerzielle Werbung zu nutzen. Es ist jedoch durch den Vertragspartner sicherzustellen, dass bei entsprechendem Bedarf diese Flächen umgehend für die Eigenwerbung zur Verfügung gestellt werden.

- Mastträger

Zurzeit existieren 161 Plakatwechselrahmen an Laternen- bzw. Strommasten im Standardformat DIN A 1, welche doppelseitig bestückt werden. Bei 32 dieser Rahmen handelt es sich um Dauer- bzw. Hinweiswerbung. Hauptsächlich dienen diese Mastträger jedoch der Veranstaltungswerbung. Als Obergrenze sind vertraglich bis zu 250 Mastrahmen für wechselnde Veranstaltungswerbung und bis zu 100 Mastrahmen für Dauer- und Hinweiswerbung vorgesehen. Die Dauer- und Hinweiswerbung muss im räumlichen Zusammenhang zu dem beworbenen Objekt stehen. Die Auswahl der Standorte erfolgt im Einvernehmen mit der Universitätsstadt Siegen.

Es handelt sich um ein grundsätzlich sehr beliebtes Medium. Allerdings ist immer wieder zu beobachten, dass manche Plakate in diesen Plakatwechselrahmen teilweise Monate bis hin zu einem Jahr über die beworbene Veranstaltung hinaus aushängen. Dies wirkt sich im negativen Sinne stadtbildprägend aus. Hier werden von Bewerbern konkrete Aussagen zu einer besseren Form der Bewirtschaftung und Pflege erwartet.

- Wahlwerbung

Bisher führte der Vertragspartner an 50 Großflächen für die zugelassenen örtlichen politischen Parteien kostenlos Plakatanschlag aus. Diese Zusage gilt sechs Wochen vor dem jeweiligen Wahltermin. Die Verteilung dieses Kontingents auf die einzelnen Parteien erfolgt durch die Universitätsstadt Siegen. Von den politischen Parteien sind die Kosten für die Gestaltung, Druck und Konvertierung der Plakate zu tragen. Um keine bezahlten Werbeaufträge zurückweisen zu müssen, behält sich der Vertragspartner das Recht vor, die Auswahl der 50 Großflächen selbst vorzunehmen. Diese Regelung soll beibehalten werden.

Zusammenfassend für alle Werbeträger lässt sich festhalten, dass die optische Erscheinung bzw. der Zustand des Werbeträgers an sich oder der Zustand der angebrachten Plakate stadtbildprägend ist und dem Passanten viel über das Niveau und das Kulturangebot der jeweiligen Stadt aussagt. In dem Zusammenhang muss eine zuverlässige Instandhaltung sichergestellt werden, Witterungs- und Vandalismusschäden müssen auf Grundlage einer konkreten vertraglichen Vereinbarung zeitnah behoben werden.