

3. Sitzung des Gemeinderates am 25.03.2014

Inhaltsverzeichnis

TOP 12 (öff):	Ausschreibung eines Informationsnetzes für Wirtschaft- und Informationswerbung auf öffentlichen Straßen und Plätzen in der Stadt Freiburg i. Br.	
	- BESCHLUSS-VORLAGE: G-14/045	1
	- Anlage: Standortplan	8
TOP 12.1 (öff):	Ausschreibung eines Informationsnetzes für Wirtschaft- und Informationswerbung auf öffentlichen Straßen und Plätzen in der Stadt Freiburg i. Br.	
	- BESCHLUSS-VORLAGE: G-14/045.1	9
	- Anlage: Entwurf eines Musterkonzessionsvertrages	15

BESCHLUSS - VORLAGE

Dezernat/Amt:	Verantwortlich:	Tel.Nr.:	Datum
V / Baurechtsamt	Herr Dr. Engel	4300	05.03.2014

Betreff:

Ausschreibung eines Informationsnetzes für Wirtschafts- und Informationswerbung auf öffentlichen Straßen und Plätzen in der Stadt Freiburg i. Br.

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Öff.	N.Ö.	Empfehlung	Beschluss
1. BA	12.03.2014		X	X	
2. HA	17.03.2014		X	X	
3. GR	25.03.2014	X			X

Anhörung Ortschaftsrat (§ 70 Abs. 1 GemO): nein

Abstimmung mit städtischen Gesellschaften: ja – abgestimmt mit Freiburger Verkehrs AG und Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH

Finanzielle Auswirkungen: nein

Beschlussantrag:

- 1. Der Gemeinderat nimmt die Informationen in der Drucksache G-14/045 zur Ausschreibung eines Informationsnetzes für Wirtschafts- und Informationswerbung auf öffentlichen Straßen und Plätzen in der Stadt Freiburg i. Br. zur Kenntnis.**
- 2. Der Gemeinderat beschließt die Rahmenbedingungen zur Ausschreibung gemäß Ziffern 2 bis 5 der Drucksache G-14/045 und beauftragt die Verwaltung zur Ausschreibung des Werbenetzes.**

Anlage:
Standortplan

1. Ausgangslage

Der Gemeinderat hat am 14.12.2004 mit den Drucksachen G-04/238 und G-04/238.1 beschlossen, das Werbenetz für Wirtschafts- und Informationswerbung auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen in der Stadt Freiburg i. Br. unter Einschluss von zwei City-Toiletten an die Firma Wall AG zu vergeben. Die Werbekonzession umfasste die Pflicht zur Errichtung von

- 200 Plakatsäulen als Allgemeinstellen,
- 40 Werbevitriolen als Allgemeinstellen,
- 2 vollautomatischen City-Toiletten,
- mindestens 10 interaktiven Stadtinformationsanlagen und
- mindestens 10 Plakatsäulen mit integriertem Terminal.

Darüber hinaus wurde der Firma Wall das Recht eingeräumt weitere

- 20 City-Light-Boards,
- 100 Plakatsäulen als Ganzstellen,
- 40 Werbevitriolen als Ganzstellen und
- 50 Werbetafeln zu errichten.

Der Vertrag beinhaltet damit die Möglichkeit, neben den 260 verpflichtenden Anlagen weitere 210 Werbeanlagen zu errichten und umfasst damit ein Gesamtkontingent von max. 470 Werbeanlagen. Die Stadt verpflichtet sich, während der Geltungsdauer des Vertrages bis zum 31.12.2014 keinem anderen Unternehmen das Recht zur Errichtung von Werbeanlagen auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen einzuräumen. Die Werbekonzession umfasst nicht die Werbevitriolen und Werbetafeln in Fahrgastunterständen der Freiburger Verkehrs AG (VAG) sowie das Kleinwerbenetz und die Errichtung von Uhrensäulen und Uhrenkandelabern.

Im Hinblick auf das Auslaufen der Werbekonzessionen zum 31.12.2014 ist deren Neuausschreibung erforderlich. Nach dem in der Werbebranche - anders als vor zehn Jahren noch - inzwischen nur noch zwei überregionale Anbieter neben kleineren lokalen Anbietern vorhanden sind, ist zu erwarten, dass der finanzielle Ertrag aus den Werbekonzessionen unter dem Ergebnis des Jahres 2004 liegen wird.

2. Bestandssituation und beabsichtigte Änderungen

Die Firma Wall AG hat das vertraglich mögliche Kontingent von Werbeanlagen aus dem Konzessionsvertrag nicht vollständig ausgeschöpft. Die Suche nach den Einzelstandorten war extrem zeitaufwändig in der Abstimmung zwischen der Firma Wall AG einerseits und der Stadtgestaltung im Stadtplanungsamt sowie der Straßenverkehrsbehörde andererseits. Deshalb sollten in der Neuausschreibung die bereits gefundenen Standorte genau festgeschrieben werden, um zu vermeiden, dass ein neuer Konzessionär neue Standorte begehrt.

Nach ihren eigenen Angaben hat die Firma Wall AG derzeit 408 Werbeanlagen im Stadtgebiet stehen, von denen nach gemeinsamer Auffassung des Stadtplanungsamtes und des Garten- und Tiefbauamtes (GuT) 18 Anlagen (insbesondere entlang der zukünftigen Stadtbahnen Messe und Rotteckring) entfallen sollen. Die Anlage am Karlssteg sollte versetzt werden. Weitere 17 Anlagen müssen im Zuge der Ausbaurbeiten für die Neugestaltung des Rotteckrings sowie der Stadtbahn Messe vorübergehend entfernt werden; die neuen Standorte stehen erst nach Ende der Baumaßnahmen zur Verfügung. Dies ergibt für die Neuausschreibung ein Kontingent von 373 Werbeanlagen zuzüglich 17 Anlagen, die nach dem Umbau des Rotteckrings bzw. der Breisacher Straße/Berliner Allee errichtet werden könnten (insgesamt 390 Werbeanlagen). Im Einzelnen sollen folgende Werbeanlagen-Kontingente erbracht bzw. ermöglicht werden:

Pflicht zur Errichtung von Werbeanlagen:

- 180 Plakatsäulen als Allgemeinstellen
- 30 Werbevittrinen (CLP) als Allgemeinstellen
- 8 interaktive Stadtinformationsanlagen (eSIA)
- 7 Plakatsäulen mit integriertem Terminal (eInfo-Terminal)

Recht zur Errichtung von Werbeanlagen:

- 15 City-Light-Boards (CLB)
- 90 Plakatsäulen als Ganzstellen
- 38 Werbevittrinen (CLP) als Ganzstellen
- 22 Werbetafeln (GF)

Hinzu kommen 2 WC-Anlagen, für die wegen des Umbaus am Rotteckring auf Vorschlag der Bauverwaltung Ersatzstandorte bestimmt werden.

Das Werbenetz soll weiterhin 210 so genannte Allgemeinstellen (insbes. Litfasssäulen) umfassen, auf denen Plakate geklebt werden. Der Stadt ist dabei ein kostenloses Kontingent von 20% der Fläche zur Verfügung zu stellen, auf dem für städtische Veranstaltungen (insbesondere Veranstaltungen des Kulturamtes, der Museen und des Theaters) geworben werden kann. Das in dem bestehenden Vertrag enthaltene Kontingent "Parteienwerbung vor Kommunalwahlen" ist 2009 nicht ausgeschöpft worden, und soll deshalb nur bei ausdrücklichem Mehrheitsbeschluss wieder in das Los aufgenommen werden.

3. Ausschreibungsprogramm

Die Ausschreibung orientiert sich im Wesentlichen an der Ausschreibung von vor 10 Jahren. Allerdings sollen diesmal alle Werbestandorte exakt vorgegeben werden. Es handelt sich dabei um diejenigen Standorte, die im Zuge der Umsetzungen des Vertrages mit der Firma Wall AG geprüft und aus verkehrlichen und städtebaulichen Gründen als umsetzbar bewertet und allergrößtenteils auch realisiert worden sind. Durch die Vorgabe dieser Standorte für das jetzige Ausschreibungsverfahren können neue, insbesondere städtebauliche Konflikte sowie weiterer Verwaltungsaufwand minimiert werden.

Wie im jetzigen Vertrag ist der künftige Vertragspartner dazu verpflichtet, die Werbeanlagen für Wirtschafts- und Informationswerbung (sog. Allgemenstellen) zu erhalten, während er die Werbeanlagen, die lediglich der Wirtschaftswerbung dienen (sog. Ganzstellen), errichten darf, hierzu aber nicht verpflichtet ist. Sollte anstelle der Firma Wall AG ein neuer Vertragspartner das Werbenetz übernehmen, kann dieser entweder von der Firma Wall AG die bestehenden Werbeträger erwerben (und diese ggf. an das eigene Design anpassen, wie das auch die Firma Wall AG mit den von der Firma Schiffmann übernommenen Werbeträgern machen wollte) oder selbst an den bestehenden Standorten neue, eigene Werbeträger errichten. Die Lage der Standorte ist aus der Anlage 1 ersichtlich. Von den während der Umbaumaßnahmen am Rotteck-/Friedrichring sowie der Berliner Allee wegfallenden Werbeanlagen können vom Vertragspartner insgesamt 17 Werbeanlagen wieder errichtet werden; die Allgemenstellen sind zu errichten.

Aus stadtgestalterischen Gründen sind Werbeanlagen, die mit wechselndem Licht arbeiten oder Videofilme abspielen können, nicht zulässig.

In die Bewertung soll wie bei der letzten Ausschreibung sowohl der Preis als auch die Gestaltqualität der Werbeanlagen einfließen. Zusätzlich soll im Sinne der Nachhaltigkeit auch der benötigte Energieverbrauch der Werbeträger in die Wertung mit einfließen. Um die Gestaltqualität beurteilen zu können, ist Teil der Ausschreibung wieder eine Präsentation der Werbeträger auf dem Parkplatz des technischen Rathauses, die voraussichtlich im Oktober 2014 stattfindet. Zur Wahrung des Transparenzgebots sind die Bewertungs- bzw. Zuschlagskriterien, sowie deren Gewichtung, in der Veröffentlichung verbindlich zu benennen. Hierzu wird die Verwaltung dem Gemeinderat in einer Ergänzungsdrucksache noch einen detaillierten Vorschlag unterbreiten. Wie 2004 soll die Ausschreibung auf Basis eines Mustervertrages erfolgen, der dem Gemeinderat ebenfalls in der Ergänzungsdrucksache vorgelegt wird. Teil der Ausschreibung soll auch die Pflicht zum Aufbau eines WLAN- Netzes für die Innenstadt sein (siehe Ziffer 4).

4. WLAN-Netz für einen Bereich der Innenstadt

Die Verwaltung wünscht den möglichst flächendeckenden Aufbau eines **kostenlosen Internet-Netzes** in Bereichen der Innenstadt. Eine derartige Koppelung von Werbeanlagen mit einer Internet-Versorgung ist auf dem Markt gängig, wirft aber Probleme der Verantwortung der Stadt als sog. Zustandsstörer hinsichtlich illegaler Datennutzung aus dem Internet sowie der Datensicherheit auf. Auch wenn der Koalitionsvertrag der Großen Koalition darauf hindeutet, dass die Schaffung solcher öffentlichen WLAN-Netze gefördert und ähnlich wie Access-Betreiber/innen von Telekommunikationsnetzen privilegiert werden soll, besteht über eine mögliche Haftung als Zustandsstörer sowie die Frage, wie weit eine mögliche Privilegierung reicht, weiterhin Rechtsunsicherheit. Aus diesem Grund hatte die Verwaltung zunächst erwogen, die Ausschreibung eines WLAN-Netzes zurückzustellen und in das Ausschreibungsprogramm nur einen Vorbehalt der Mitnutzung einzelner für den Ausbau eines WLAN-Netzes erforderlicher Werbeanlagen aufzunehmen. Nachdem allerdings von verschiedenen Gemeinderatsfraktionen und der Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG der Wunsch nach einer Integration eines WLAN-Netzes in die Ausschreibung betont wurde und andererseits die juristische Diskussion tendenziell in eine Richtung

neigt, die Haftungsrisiken beim Betrieb eines WLAN-Netzes für beherrschbar hält, sollen der Aufbau und Betrieb eines WLAN-Netzes in der Innenstadt in die Ausschreibung mit aufgenommen werden.

Beabsichtigt ist eine Verpflichtung des künftigen Vertragspartners, bis spätestens 31.12.2015 in einem Bereich der Innenstadt ein von den gelisteten Werbeanlagen gespeistes WLAN-Netz aufzubauen, welches grundsätzlich jedem kostenlos die Nutzung des Internets erlaubt. Erfasst werden soll der Bereich, der durch Friedrichstraße/Friedrichring, Schlossbergring, Wallstraße, Rempartstraße und Rotteckring sowie Platz der Alten Synagoge begrenzt ist. Aufgrund der bestehenden rechtlichen Risiken soll dieses Netz nicht als öffentliche Einrichtung betrieben werden, so dass es rechtlich ausschließlich dem künftigen Vertragspartner zuzurechnen ist. Damit dieser seinerseits keinen Haftungsrisiken ausgesetzt ist, muss es ihm erlaubt sein, bestimmte Internetseiten, die beispielsweise ein Herunterladen von urheberrechtlich geschützten Musiktiteln ermöglichen, zu sperren, sowie bestimmte Nutzerinnen und Nutzer, denen ein solches Herunterladen nachgewiesen werden kann, von der Nutzung auszuschließen. Der Stadt kann hierbei im Einzelfall kein Veto- bzw. Weisungsrecht eingeräumt werden, da ansonsten eine öffentliche Einrichtung vorläge. Der Vertragspartner/die Vertragspartnerin wird allerdings dazu verpflichtet, generell eine Sperrung einzelner Internetseiten oder den Ausschluss einzelner Nutzerinnen und Nutzer nur aus sachlich nachvollziehbaren Gründen vorzunehmen und die kostenlose Nutzung des WLAN-Netzes nur von üblichen und zumutbaren Bedingungen (z. B. dem Akzeptieren allgemeiner Nutzungsbedingungen, die u. a. das illegale Herunterladen von urheberrechtlich geschützten Dateien verbieten) abhängig zu machen. Die genauen Pflichten des Vertragspartners/der Vertragspartnerin im Zusammenhang mit der Errichtung und dem Betrieb eines kostenfreien WLAN-Netzes sowie die Rechte der Stadt, wenn der Vertragspartner/die Vertragspartnerin seine Pflichten nicht oder nicht vollständig erfüllt, werden in dem oben erwähnten Mustervertrag geregelt.

Das WLAN-Netz ist entsprechend dem Stand der Technik (d. h. gemäß dem zum Zeitpunkt der Inbetriebnahme geltenden Standard IEEE 802.11n) mit ausreichender Leistungsfähigkeit zu betreiben und bei entsprechender Aufforderung durch die Stadt in 3-jährigem Turnus nachzurüsten.

5. Tabak- und Alkoholwerbebot

Im Rahmen der Ausschreibung darf Tabak- und Alkoholwerbung nicht generell ausgeschlossen werden. Ein solcher Ausschluss ist nur für die als öffentliche Einrichtung betriebenen Stadtinformationsanlagen und WC-Anlagen zulässig (VG Karlsruhe, Urt. v. 30.06.2004 - 3 K 4943/03). Im Übrigen darf die Werbekonzession als öffentlich-rechtlicher Vertrag, der die für die Erstellung der Werbeanlagen gemäß § 16 Landesstraßengesetz (LStrG) erforderlichen straßenrechtlichen Sondernutzungserlaubnisse beinhaltet, nur Regelungen mit straßenrechtlichem Bezug beinhalten (s.a. VGH Bad.-Württ., Beschl. v. 14.10.1996 - 5 S 1775/96). Ein Tabakwerbeverbot wird vom VGH Baden-Württemberg in verschiedenen Entscheidungen als Entscheidungskriterium angesehen, das nicht von der kommunalen Verbandskompetenz gedeckt ist; die Gemeinde würde sich

hier ein unzulässiges allgemeinpolitisches Mandat anmaßen (z. B. VGH Bad.-Württ., Urt. v. 14.8.1992 - 10 S 816/91).

Die EU-Richtlinie 2003/33/EG sieht zwar ein weit reichendes Verbot von Tabakwerbung in der Europäischen Union vor. Sie wurde am 26.05.2003 vom Europäischen Parlament und dem Rat der Europäischen Union beschlossen und trat zum 31.07.2005 in Kraft. Bis dahin musste sie von den Mitgliedstaaten in nationales Recht umgesetzt werden. Dies geschah in Deutschland allerdings erst zum 01.01.2007 durch eine entsprechende Änderung des Vorläufigen Tabakgesetzes (§§ 21a-22a VTabakG). Der Umsetzung der EU-Richtlinie in Deutschland ging ein jahrelanger Streit mit der EU-Kommission voraus, nachdem die Bundesregierung gegen die Richtlinie geklagt hatte, weil sie die Zuständigkeit der EU in diesem Bereich anzweifelte. Der EuGH wies eine entsprechende Klage Deutschlands gegen die Richtlinie jedoch ab (EuGH, Urt. v. 12.12.2006 - C-380/03).

Die Tabakwerberichtlinie enthält zum einen eine einheitliche Regelung von Tabakwerbung und -sponsoring für alle EU-Mitgliedsländer. So soll verhindert werden, dass Medien, die grenzüberschreitend hergestellt und vertrieben werden, durch die von Land zu Land unterschiedlichen Regelungen behindert werden. Zum anderen verbietet sie Tabakwerbung in den Medien. Dieses Tabakwerbeverbot untersagt Tabakwerbung in **Zeitungen und Zeitschriften und im Internet**. Eine Ausnahme sind Veröffentlichungen, die nur für Mitarbeiter der Tabakindustrie bestimmt sind. Bei grenzüberschreitenden Fernsehübertragungen, wie Formel-1-Rennen, sind Tabakwerbung und -sponsoring komplett verboten. Auf solchen Veranstaltungen ist es auch nicht erlaubt, Tabakerzeugnisse kostenlos zu verteilen. Tabakwerbung im Fernsehen ist in Deutschland schon seit den frühen 1990er-Jahren verboten. Indem der Bundesgesetzgeber die Reichweite des Tabakwerbeverbots abschließend geregelt hat und das Straßenrecht nur straßenbezogene Regelungen ermöglicht, ist ein generelles Tabakwerbeverbot für die Werbekonzession nicht durchsetzbar. Jedoch können die Werbeträger, die öffentliche Einrichtungen darstellen, also die Stadtinformationsanlagen und die WC-Anlagen, mit einem Tabak- und Alkoholwerbungsverbot belegt werden. Von dieser Möglichkeit soll bei der Ausschreibung Gebrauch gemacht werden.

6. Kleinwerbenetz

Das Kleinwerbenetz soll entsprechend dem Wunsch aller Fraktionen nicht privatisiert, sondern weiterhin von der Stadt betrieben werden. Derzeit stehen nach einer aktuellen Überprüfung durch VAG und GuT ca. 2.400 lfm für das Kleinwerbenetz zur Verfügung. Dem steht eine Gesamtzahl von ca. 38.000 genehmigten Plakaten pro Jahr gegenüber. Diese erfordern - bei 0,60 Meter Breite eines Plakats im Format A 1 - insgesamt 22.800 lfm jährlich. Für die durchschnittliche Geltungsdauer der Plakatierungsgenehmigung von 2 Wochen sind jeweils ca. 900 lfm Werbeflächen nötig (für ca. 1.500 Plakate). Der im öffentlichen Straßenraum vorhandene Bestand an 2.400 lfm Kleinwerbenetz-Fläche ist damit deutlich höher und grundsätzlich ausreichend.

Dass Nutzer/innen die Kleinwerbefläche als zu knapp monieren liegt wohl daran, dass in der Praxis Einflussfaktoren wie die unterschiedliche Attraktivität der Flächen und die saisonal sehr unterschiedliche Anzahl von Veranstaltungen die Einschätzung ausreichender Flächen relativieren. Da anders als bei den Litfasssäulen die Hängung der Plakate nicht zentral reguliert wird und jeder Nutzer/in sich freie Flächen für seine Plakate vor Ort selbst aussuchen kann oder muss, kann es durchaus vorkommen, dass an bestimmten Standorten mehr Plakate gehängt worden sind als es die Flächen hergaben. Eine tragfähige Alternative zu diesem Verfahren wird jedoch nicht gesehen.

GuT und VAG weisen darauf hin, dass an vielen genehmigten Standorten zu viele Plakate hängen bzw. das wilde Plakatieren überhand nimmt und hierdurch teilweise die Verkehrssicherheit beeinträchtigt sei. Die bestehenden Standorte sollen deshalb dahingehend gekennzeichnet werden, dass die Bereiche in denen plakatiert werden darf, abmarkiert werden. Dies kann durch Aufkleber, Manschetten, farbliche Kennzeichnung usw. geschehen. In die Nebenbestimmungen zur Werbegenehmigung wird eine Bestimmung aufgenommen, wonach nur im abmarkierten Bereich plakatiert werden darf.

7. Weiteres Vorgehen

Nach Beschlussfassung über das Ausschreibungsprogramm erfolgt eine europaweite Ausschreibung. Diese orientiert sich an der vor kurzem durch das EU-Parlament verabschiedeten Konzessionsrichtlinie. Die Richtlinie stellt zwar kein unmittelbar anzuwendendes Recht dar, da diese durch die Gesetzgebung der Mitgliedsstaaten erst noch in nationales Recht umzusetzen ist, dennoch liefert sie Vorgaben, wie Konzessionsvergaben zukünftig durchzuführen sind. Diese Vorgaben werden für das geplante Vergabeverfahren bereits berücksichtigt. Die Bekanntmachung erfolgt auf dem eVergabeportal der Region Freiburg sowie freiwillig im EU-Amtsblatt.

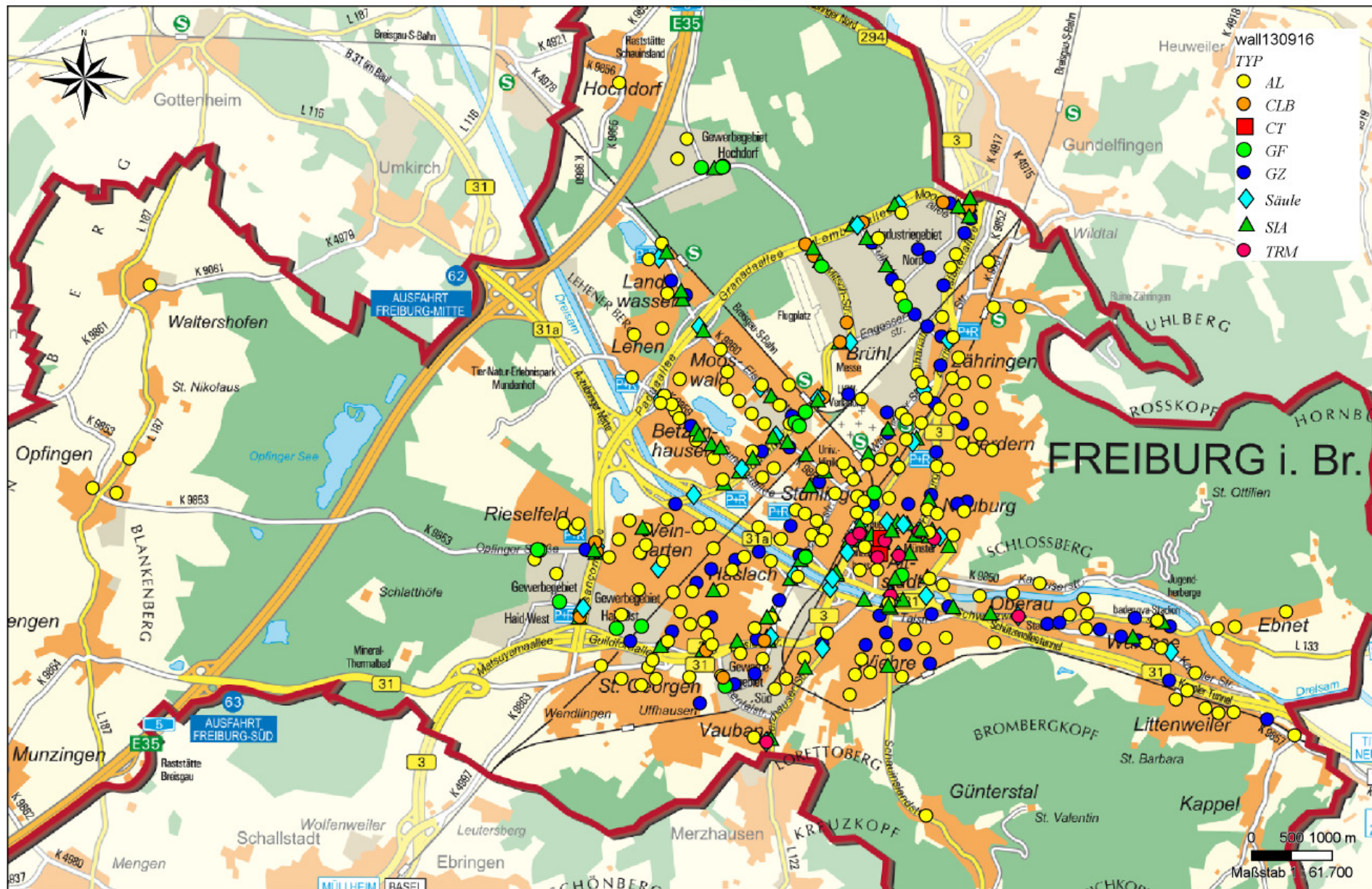
Im Herbst 2014 sollen die eingegangenen Werbevorschläge in einer Ausstellung beim Technischen Rathaus präsentiert werden, um den Gemeinderäten/innen einen Augenschein zu ermöglichen. Die Gemeinderatsentscheidung über den Zuschlag ist für November 2014 vorgesehen.

Ansprechpartner sind Herr Klimpel, Rechtsamt, 0761/201-1605, und Herr Dr. Engel, Baurechtsamt, 0761/201-4300.

- Bürgermeisteramt -

Wall-Werbeanlagen (Standort und Typ)

Stand: 13.09.2013



BESCHLUSS - VORLAGE

Dezernat/Amt:	Verantwortlich:	Tel.Nr.:	Datum
V / Baurechtsamt	Herr Dr. Engel	4300	14.03.2014

Betreff:

Ausschreibung eines Informationsnetzes für Wirtschafts- und Informationswerbung auf öffentlichen Straßen und Plätzen in der Stadt Freiburg i. Br.

Beratungsfolge	Sitzungstermin	Öff.	N.Ö.	Empfehlung	Beschluss
1. HA	17.03.2014		X	X	
2. GR	25.03.2014	X			X

Anhörung Ortschaftsrat (§ 70 Abs. 1 GemO): nein

Abstimmung mit städtischen Gesellschaften: nein

Finanzielle Auswirkungen: nein

Beschlussantrag:

1. Der Gemeinderat nimmt die Informationen in den Drucksachen G-14/045 und G-14/045.1 zur Ausschreibung eines Informationsnetzes für Wirtschafts- und Informationswerbung auf öffentlichen Straßen und Plätzen in der Stadt Freiburg i. Br. zur Kenntnis.
2. Der Gemeinderat beschließt die Rahmenbedingungen zur Ausschreibung gemäß Ziffer 2 bis 5 der Drucksache G-14/045 und Drucksache G-14/045.1 und beauftragt die Verwaltung zur Ausschreibung des Werbenetzes in zwei getrennten Losen:
 - a) die "Klebeplakatierung" mit Plakatsäulen (180 Allgemeinstellen und 62 Ganzstellen) und 21 großflächigen Werbetafeln,

- b) die übrigen Anlagen [30 Werbevitrienen (CLP) als Allgemeinstellen, 7 interaktive Stadtinformationsanlagen (eSIA), 7 Plakatsäulen mit integriertem Terminal (eInfo-Terminal), 15 City-Light-Boards (CLB), 28 Citylight-Säulen und 39 Werbevitrienen (CLP) als Ganzstellen] zusammen mit einem kostenfrei zu nutzenden WLAN-Netz in der Innenstadt und zwei öffentlichen WC-Anlagen.

Die Standorte werden in der Ausschreibung vorgegeben. Die Verwaltung wird beauftragt, die Musterverträge und Ausschreibungsbedingungen für die Ausschreibung auf Grundlage der Rahmenbedingungen zur Ausschreibung gemäß Ziffer 2 bis 5 der Drucksache G-14/045 und Drucksache G-14/045.1 vorzubereiten.

Anlage:

Entwurf eines Musterkonzessionsvertrags

1. Einleitung

Mit der Drucksache G-14/045 hat die Verwaltung die Rahmenbedingungen für die Ausschreibung eines Werbenetzes für Wirtschafts- und Informationswerbung beschrieben. Ein Kontingent von – nach erneuter Überprüfung – 372 Werbeanlagen nebst 17 Anlagen, die nach dem Umbau des Rotteckrings bzw. der Breisacher Straße / Berliner Allee errichtet werden können, soll zusammen mit zwei WC-Anlagen und dem Aufbau eines WLAN-Netzes für Bereiche der Innenstadt ausgeschrieben werden. Die jüngste Standortprüfung hat noch geringfügige Verschiebungen der Anlagenzahlen ergeben:

Pflicht zur Errichtung von Werbeanlagen:

- 180 Plakatsäulen als Allgemeinstellen
- 30 Werbevitriolen (City Light Posterformat, CLP) als Allgemeinstellen
- 7 interaktive Stadtinformationsanlagen (eSIA)
- 7 Plakatsäulen mit integriertem Terminal (eInfo-Terminal)

Recht zur Errichtung von Werbeanlagen:

- 15 City-Light-Boards (CLB)
- 90 Plakatsäulen als Ganzstellen
- 39 Werbevitriolen (City Light Posterformat, CLP) als Ganzstellen
- 21 Werbetafeln (Großflächen).

Die Verwaltung schlägt nunmehr vor, **das Werbenetz für Wirtschafts- und Informationswerbung in zwei Lose aufzuteilen**, indem die "Klebeplakatierung" mit 180 + 62 Plakatsäulen sowie 21 Werbetafeln einerseits, und die übrigen Anlagen nebst WLAN-Netz in der Innenstadt und 2 WC-Anlagen andererseits ausgeschrieben werden. Die Aufteilung in zwei Lose entspricht der gesetzlichen Zielvorstellung, den Mittelstand in öffentlichen Ausschreibungen angemessen zu fördern und steht dem stadtgestalterischen Ziel eines möglichst einheitlichen Designs der Werbeanlagen nicht entgegen. Die herkömmlichen Litfasssäulen haben erfahrungsgemäß ein ähnliches Erscheinungsbild; die 21 Werbetafeln spielen gegenüber mehr als 300 Werbetafeln auf privaten Grundstücken stadtgestalterisch eine untergeordnete Rolle; Missständen kann über die vom Gemeinderat beschlossene Konzeption der Bebauungsplanentwürfe zur Steuerung großflächiger Werbeanlagen in der Stadt Freiburg (Drucksache G-07/076) entgegengewirkt werden. Der von der Arbeitsgruppe in der Verwaltung erarbeitete Mustervertrag (Anlage) beruht noch auf einer einheitlichen Ausschreibung und ist gemäß § 44 Abs. 2 S. 1 Gemeindeordnung (GemO) in zwei Verträge zu trennen und entsprechend anzupassen.

Das **erste Los** beinhaltet dann:

- die Pflicht zur Errichtung von 180 Plakatsäulen als Allgemeinstellen,
- das Recht zur Errichtung von 62 Plakatsäulen als Ganzstellen und 21 Werbetafeln.

Das **zweite Los** beinhaltet somit

- die Pflicht zur Errichtung von 30 Werbevitrienen (CLP) als Allgemeinstellen, 7 interaktive Stadtinformationsanlagen (eSIA) und 7 Plakatsäulen mit integriertem Terminal (eInfo-Terminal),
- das Recht zur Errichtung von 15 City-Light-Boards (CLB), 28 Citylight-Plakatsäulen und 39 Werbevitrienen (CLP) als Ganzstellen,
- die Pflicht zum Aufbau eines WLAN-Netzes für Bereiche der Innenstadt gemäß Ziffer 4 der Drucksache G-14/045 (und zusätzlich in der Eisenbahnstraße und der Bertoldstraße bis zum Bahnhof sowie in der unteren Kaiser-Joseph-Straße und der Gartenstraße bis zur Dreisam),
- die Pflicht zur Errichtung von zwei öffentlichen WC-Anlagen.

Unabhängig davon soll die **Werbung für Tabak und alkoholische Getränke** an Stadtinformationsanlagen und an den WC-Anlagen, die öffentliche Einrichtungen im Sinne der Gemeindeordnung darstellen, verboten werden. Werbung, die gegen die guten Sitten und mithin gegen ein gesetzliches Verbot verstößt, insbesondere indem sie geschlechter- oder fremdenfeindliche Inhalte hat, ist an allen Werbeanlagen unzulässig. In dieser Ergänzungsdrucksache sind die Bewertungs- und Zuschlagskriterien sowie deren Gewichtung und der Mustervertrag, welcher der Ausschreibung beider Lose jeweils zugrunde liegt, näher beschrieben.

2. Zuschlagskriterien

Die Bewertung der eingereichten Angebote soll im Los 1 zu 75 % nach dem gebotenen Preis und zu 25 % nach gestalterischen Gesichtspunkten, im Los 2 zu 70 % nach dem gebotenen Preis, zu 20 % nach gestalterischen Gesichtspunkten und zu 10 % nach Nachhaltigkeitskriterien, nämlich dem Energieverbrauch, erfolgen. Der Energieverbrauch ist anhand des Anschlusswertes der Anlagen, mithin nach dem Stromverbrauch der Anlagen, zu ermitteln. Aus Transparenzgründen müssen die Gewichtung und die Art der Bewertung so genau vorgegeben werden; hieran ist der Gemeinderat bei der abschließenden Vergabeentscheidung gebunden und kann im Nachhinein nicht mehr davon abweichen. Die Erfahrung der Vergangenheit hat gezeigt, dass sich mit solchen transparenten Wertungskriterien sehr gut arbeiten lässt und dass sich hierdurch vergaberechtliche Nachprüfungsverfahren auch bei Ausschreibungen, bei denen eine hohe "Klagefreudigkeit" unterlegener Bieter besteht (Beispiel: Ausschreibung der Neuen Integrierten Leitstelle an der Hauptfeuerwache) vermeiden lassen.

Hinsichtlich des Kriteriums Gestaltung/Ästhetik soll eine Vorbewertung durch eine Bewertungskommission erfolgen, der neben dem Baubürgermeister der Stadt Freiburg auch durch die Fraktionen benannte Gemeinderätinnen und Gemeinderäte sowie Vertreter/innen der beteiligten technischen Fachämter (Baurechtsamt, Stadtplanungsamt, Garten- und Tiefbauamt) angehören. Die Entscheidung ist letztendlich vom Gemeinderat als demokratisch legitimiertem Hauptorgan der Stadt Freiburg zu treffen. Dieses darf nur aus sachlich nachvollziehbaren, in der Gestaltung liegenden Gründen von der Empfehlung der Bewertungskommission abweichen. Die Bewertung der eingehenden Bewerbungen erfolgt hinsichtlich des Kriteriums "Gestaltung" (ohne Kenntnis der Angebotspreise) nur in jeweils vollen Punkten.

Beispiel für die Wertung:

- Wertung des Angebotspreis bei Angebot 3 Mio. €, bestes Angebot 3,5 Mio. €. Dies ergäbe bei der Wertung $3 : 3,5 \times 100 \times 70 = 6.000$ Punkte (maximal möglich 7.000 Punkte).
- Wertung der Gestaltqualität mit 4 Punkten (Bewertung von 0 P. = nicht ansprechend bis 5 P. = sehr ansprechend) ergäbe bei der Wertung $4 \times 20 \times 20 = 1.600$ Punkte (maximal möglich 2.000 Punkte).
- Wertung des Energieverbrauch bei angebotenen Jahresenergieverbrauch von 350.000 kWh, niedrigster Energieverbrauch aller Bieter 280.000 kWh, ergäbe bei der Wertung $280.000 : 350.000 \times 100 \times 10 = 800$ Punkte (maximal möglich 1.000 Punkte).

Die Wertung erfolgt grundsätzlich für jedes der ausgeschriebenen Lose getrennt. Sofern ein Bieter einen Aufschlag auf die Konzessionsabgabe für den Fall anbietet, dass er bei beiden Losen den Zuschlag erhält, fließt dies (nur) dann in die Preiswertung mit ein, wenn er dadurch im Ergebnis bei beiden Losen die höchste Punktzahl erzielt.

3. Mustervertrag

Ein Mustervertrag, der wesentlicher Bestandteil der Ausschreibung sein soll, ist in der Anlage beigefügt. Er orientiert sich an dem Vertrag mit der Fa. Wall, ist aber hinsichtlich der Verpflichtung zum Aufbau eines WLAN-Netzes im Innenstadtbereich oder der Verpflichtung, Werbeträger/innen nur an den bereits geprüften und als umsetzbar bewerteten Standorten zu errichten, ergänzt. Die Verwaltung wird den Mustervertrag auf Grundlage der Beschlussfassung des Gemeinderats, z. B. hinsichtlich der Losaufteilung, anpassen und in die Ausschreibung bringen. Im Rahmen des Ausschreibungsverfahrens können von den Bietern/innen nur unwesentliche Änderungen des Mustervertrages, die sich nicht kalkulationserheblich auswirken, verlangt werden, die dann ggf. mit ihnen zu verhandeln sind.

Die Verwaltung wird die wesentlichen Inhalte des neuen Werbekonzessionsvertrages zusammen mit der Zuschlagsentscheidung nochmals darstellen, um dem Gemeinderat die Beschlussfassung über den Zuschlag zu ermöglichen.

4. Weiteres Vorgehen

Die Ausschreibung soll nach Ostern mit einer Angebotsfrist bis 30.06.2014 im EU-Amtsblatt und auf der elektronischen Vergabeplattform bekannt gemacht werden. Bewerberanfragen im Zuge des Vergabeverfahrens sind ausschließlich an das Vergabemanagement zu richten (vergabemanagement@stadt.freiburg.de).

In der 40./41. KW sollen die Bewerber/innen ihre Anlagen in einer Ausstellung auf dem Parkplatz des Technischen Rathauses präsentieren; die Bewertungskommission soll am 08.10.2014 vor der Sitzung des Bau- und Umlegungsausschusses tagen. Die Vergabeentscheidung soll in der Gemeinderatssitzung am 18.11.2014 (nach Vorberatung im Bau- und Umlegungsausschuss am 05.11.2014 und im Hauptausschuss am 10.11.2014) fallen.

Ansprechpartner sind Herr Klimpel, Rechtsamt, Tel.: 0761/201-1605, und Herr Dr. Engel, Baurechtsamt, Tel.: 0761/201-4300.

- Bürgermeisteramt -

Anlage TOP 12.1: Entwurf eines Musterkonzessionsvertrages

Anlage zur DRUCKSACHE G-14/045.1

Vertrag

zwischen
der Stadt Freiburg im Breisgau,
Fehrenbachallee 12, 79106 Freiburg,
vertreten durch den Bürgermeister Prof. Dr. Haag,
nachstehend "Stadt" genannt

und

der Firma XXX
vertreten durch XXX
nachstehend "Firma XXX" genannt

Präambel

Der Vertrag über die Errichtung von Plakatwerbeträgern auf den öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen mit dem bisherigen Konzessionsnehmer läuft zum 31.12.2014 aus. Mit diesem Vertrag soll aufgrund der Entscheidung des Gemeinderats vom 18.11.2014 auf Basis des abgegebenen Angebots der Fa. XXX vom und der im Zeitraum von 29.09.2014 bis 10.10.2014 stattgefundenen Präsentation auf dem Parkplatz des technischen Rathauses der Fa. XXX das Recht eingeräumt werden, bis zum 31.12.2024 Plakatwerbeträger auf den öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen der Stadt Freiburg errichten und betreiben zu dürfen. Diesem Vertrag beigefügt sind 4 Anlagen, die allesamt Bestandteil dieses Vertrages sind.

§ 1

Vertragsgegenstand

- (1) Die Stadt überträgt der Firma XXX als alleinberechtigtem Unternehmen das Recht zur Errichtung und Ausnutzung von Werbeanlagen gemäß § 2 zur Durchführung von Wirtschafts- und Informationswerbung auf den öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen der Stadt. Sie wird während der Geltungsdauer dieses Vertrages keinem Dritten die Durchführung von Plakatwerbung auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen gestatten; dies gilt nicht, soweit das Recht gemäß Abs. 2 nicht von diesem Vertrag erfasst ist. Unberührt von diesem Vertrag bleibt das Recht politischer Parteien und sonstiger politischer Gruppierungen zu Eigenwerbung bzw. Aufforderung zu bestimmtem Abstimmungsverhalten im Zusammenhang mit allgemeinen Wahlen und Abstimmungen im öffentlichen Straßenraum.
- (2) Das eingeräumte Recht umfasst nicht
 - a) die Nutzung der im öffentlichen Verkehrsraum errichteten Anlagen der Freiburger Verkehrs-AG (VAG) für Zwecke der Wirtschafts- und Informationswerbung (Werbewitrinen und Werbetafeln in Fahrgastunterständen),
 - b) die Errichtung und Ausnutzung von Werbeanlagen für Veranstaltungswerbung (Kleinwerbenetz),

Anlage TOP 12.1: Entwurf eines Musterkonzessionsvertrages

- 2 -

- c) die Errichtung von Uhrensäulen/Uhrenkandelaber zur Durchführung von Zeit- und Wirtschaftswerbung auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen.

§ 2 Werbeanlagen

- (1) Werbeanlagen sind insbesondere:
- a) Plakatsäulen (unbeleuchtet oder beleuchtet)
 - b) Werbevitriolen, beleuchtet im City-Light-Posterformat 119 x 175 cm (CLP)
 - c) Großflächen: City Light Boards/Megalight auf Monofuß (CLB)
 - d) Großflächen: Werbetafeln im 18/1- Bogenformat
 - e) Plakatsäulen mit integriertem Terminal
 - f) Stadtinformationsanlagen (e-SIA; e-info Plakatsäule)
- (2) Daneben sind Vertragsgegenstand auch 7 interaktive Stadtinformationsanlagen und 2 WC-Anlagen, die als öffentliche Einrichtung von der Fa. XXX zu betreiben sind und auf denen ergänzend ebenfalls Werbung zulässig ist, wobei hier allerdings im Hinblick auf die der Stadt zuzurechnende öffentliche Einrichtung Werbung für Zigaretten und Tabakprodukte sowie für alkoholische Getränke untersagt ist.
- (3) Die Ausstattung sowie technischen und gestalterischen Festlegungen der Werbeanlagen sowie der Stadtinformationsanlagen und der WC-Anlagen ergeben sich aus Anlage 1.
- (4) Die Werbeanlagen werden unterschieden in Allgemeinstellen (AS), an denen sowohl Wirtschaftswerbung als auch Informationswerbung (z.B. Kino, Theater, Ausstellungen, Veranstaltungen) sowie amtliche Bekanntmachungen zulässig sind, und Ganzstellen (GS), die ausschließlich der Wirtschaftswerbung dienen.
- (5) Die Firma XXX ist zur Errichtung von
- a) 180 Plakatsäulen als Allgemeinstellen verpflichtet,
 - b) bis zu 90 Plakatsäulen als Ganzstellen berechtigt,
 - c) 30 Werbevitriolen im City-Light-Posterformat als Allgemeinstellen verpflichtet,
 - d) bis zu 39 Werbevitriolen im City-Light-Posterformat als Ganzstellen berechtigt,
 - e) bis zu 15 City Light Boards (CLB) berechtigt,
 - f) bis zu 21 Werbetafeln berechtigt,
 - g) 7 Plakatsäulen mit integriertem Terminal verpflichtet,

Anlage TOP 12.1: Entwurf eines Musterkonzessionsvertrages

- 3 -

- h) zwei vollautomatischen WC- Anlagen verpflichtet,
- i) 7 interaktiven Stadtinformationsanlagen verpflichtet.

Für die nachfolgend genannten Anlagen gelten folgende weitere Festlegungen:

Anlagen nach a + b:

Im Bereich der Innenstadt (Anlage 2) sind nur beleuchtete oder hinterleuchtete Plakatsäulen zulässig. Beleuchtete oder hinterleuchtete Plakatsäulen sind außerdem in Stadtteilzentren und vergleichbaren Stadträumen möglich. Alle anderen Plakatsäulen dürfen nicht beleuchtet sein.

Anlagen nach c:

Werbevitriolen als Allgemeinstellen müssen als doppelseitige Anlagen ausgebildet werden, wobei eine Werbefläche für Kulturanschlag (Ausstellungen, Theater, Konzerthaus u. ä.) oder Stadtinformation (z. B. Stadtplan, Sehenswürdigkeiten) vorzusehen ist. Fallen später einzelne Standorte weg, kommen als Ersatzstandorte nur solche Bereiche in Frage, bei denen ein Informationsbedürfnis für Kulturanschlag / Stadtinformation gegeben ist.

Anlagen nach h:

Die WC- Anlagen müssen vollautomatisch und barrierefrei sein.

Anlagen nach i:

Die Firma XXX verpflichtet sich, über die Stadtinformationsanlagen folgende Anwendungen zur Verfügung zu stellen und zu pflegen:

kostenfrei

- Stadtinformationen
(Stadtplan, Sehenswürdigkeiten, Hotels/Restaurants/Reservierungen, Veranstaltungen (Theater, Museen, Kino, Ausstellungen u. ä.) / Reservierungen)
- Fahrplanauskünfte
(ÖPNV, S-Bahn, Deutsche Bahn AG, EuroAirport Basel-Mulhouse-Freiburg, Baden-Airpark)
- Notrufe / Bereitschaftsdienste
(Polizei, Feuerwehr, Apotheken u.ä.)
- Internet:
(Website Stadt Freiburg und anderer wichtiger Behörden und Organisationen (z.B. Universität); Surfen im **WorldWideWeb**)
- e-mails

kostenpflichtig

- Ausdrucke, mit Ausnahme von Standortplänen
- Payphone

- (6) Aus stadtgestalterischen Gründen sind Werbeanlagen, die mit wechselndem Licht arbeiten oder Filme abspielen, generell nicht zulässig.
- (7) Die Werbeanlagen sowie die Stadtinformations- und WC- Anlagen sind Eigentum der Firma XXX. Sie sind von der Firma XXX in Ausübung des ihr übertragenen Rechts mit dem Grund und Boden verbunden (§ 95 Abs. 1 Satz 2 BGB).

Anlage TOP 12.1: Entwurf eines Musterkonzessionsvertrages

- 4 -

- (8) Die Werbeanlagen, zu deren Errichtung die Firma XXX gemäß Abs. 5 verpflichtet ist, sowie die interaktiven Stadtinformationsanlagen sind nach Abbau der bisherigen Anlagen durch den alten Konzessionsnehmer ohne erhebliche Verzögerungen wieder zu errichten. Spätestens bis zum 31.12.2015 müssen sämtliche Anlagen an den aus Anlage 3 genannten Standorten errichtet sein und betrieben werden, wobei bereits vorher sukzessive in relevantem Umfang nutzbare Anlagen vorhanden sein müssen. Die beiden WC- Anlagen müssen innerhalb von 3 Monaten nach schriftlicher Anforderung durch die Stadt betriebsbereit und nutzbar sein.
- (9) Die in Abs. 5 genannten Anlagen dürfen, soweit die Fa. XXX hierzu berechtigt ist, nur an den aus der Anlage 3 für die jeweiligen Anlagen ersichtlichen Standorten errichtet werden bzw. müssen dort errichtet werden, soweit die Fa. XXX hierzu verpflichtet ist.
- (10) Zusätzlich zu den in Anlage 3 genannten Standorten dürfen bis zu weitere 17 Anlagen am Rotteck-/Friedrichsring und entlang der künftigen Trasse der Stadtbahn Messe errichtet werden. Dies betrifft die in Anlage 4 genannten Standorte. Soweit dort bestimmte Standorte als Allgemeinstellen genannt sind, ist die Fa. XXX zu deren Errichtung innerhalb eines angemessenen Zeitraums und deren Betrieb verpflichtet. Bezüglich der anderen Standorte hat sich die Fa. XXX innerhalb von 3 Monaten nach schriftlicher Aufforderung der Stadt verbindlich dazu zu erklären, ob diese Standorte wahrgenommen werden sollen oder nicht, soweit sich nicht aus dem nachfolgenden Satz etwas anderes ergibt. Der Vertragspartner hat die Erklärung für die Standorte entlang der künftigen Trasse der Stadtbahn Rotteckring (Kronenstraße, Werthmannstraße, Platz der Universität, Platz der Alten Synagoge, Rotteckring, Fahnenbergplatz, Friedrichsring und Platz am Siegesdenkmal) südlich der Bertoldstraße sowie entlang der künftigen Trasse der Stadtbahn Messe (Breisacher Str., Berliner Allee, Madison Allee) ohne gesonderte Aufforderung bis zum 31.01.2015 abzugeben. Die Aufforderung zur Erklärung für die Standorte entlang der Trasse der Stadtbahn Rotteckring nördlich der Bertoldstraße ergeht voraussichtlich im Zeitraum von 01.01.2015 bis 30.06.2015. Eine Errichtung wird entlang der Trasse der Stadtbahn Rotteckring für die Standorte südlich der Bertoldstraße frühestens zum 30.06.2016 und spätestens zum 31.07.2017 möglich sein. Für die Standorte entlang der Trasse der Stadtbahn Rotteckring nördlich der Bertoldstraße wird die Errichtung frühestens zum 01.07.2018 und spätestens zum 01.07.2019 möglich sein. Die Errichtung entlang der Trasse der Stadtbahn Messe wird frühestens zum 30.09.2015 und spätestens zum 31.12.2015 möglich sein. Ist bis zu den hier genannten spätesten Terminen eine Errichtung nicht möglich, werden die Parteien über eine angemessene Kompensation verhandeln, ein Kündigungsrecht deshalb ist ausgeschlossen. Weitergehende Ansprüche bestehen nicht, insbesondere kann sich die Fa. XXX nicht darauf verlassen, die Plakatwerbeträger bereits zu einem früheren Zeitpunkt errichten zu können.
- (11) Die Standorte der WC- Anlagen werden von der Stadt Freiburg festgelegt, wobei zuvor eine Abstimmung mit der Fa. XXX zu erfolgen hat. Derzeit vorgesehen sind folgende Standorte: Rotteckring, nördlich der Bertoldstraße, sowie Paula- Modersohn- Platz, Stadtteil Vauban. Eine WC- Anlage (Paula- Modersohn- Platz) soll unmittelbar nach Vertragsabschluss errichtet und betrieben werden, eine weitere frühestens ab 01.07.2017 und spätestens bis 30.06.2018.

Anlage TOP 12.1: Entwurf eines Musterkonzessionsvertrages

- 5 -

§ 3 Allgemeine Verpflichtungen

- (1) Zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses gelten die aus Anlage 1 ersichtlichen Werbeanlagen (Anlagentypen) als eingeführt. Vor der Einführung neuer, von der bisherigen Form abweichender Werbeanlagen, hat die Firma XXX unter Vorlage entsprechender Bauzeichnungen die Zustimmung der Stadt einzuholen.
- (2) Die Firma XXX verpflichtet sich, das ihr eingeräumte Recht so auszuüben, dass die Belange des Stadtbildes angemessen berücksichtigt werden.
- (3) Die Firma XXX trägt die Kosten der Errichtung (einschließlich erforderlicher Geländeaufgrabungen/-Wiederherstellungen sowie notwendiger Ver- und Entsorgungsleitungen), der Unterhaltung (Strom, Wasser, Abwasser) und Erneuerung der Werbeanlagen, der Stadtinformationsanlagen und der WC- Anlagen.
- (4) Die WC- Anlagen sind auf Kosten der Firma XXX stets in einem sauberen, funktionstüchtigen und hygienisch einwandfreien Zustand zu halten.
- (5) Die Firma XXX hat sämtliche von ihr bewirtschafteten Werbeanlagen/WC- Anlagen und interaktive Stadtinformationsanlagen und deren unmittelbare Standortumgebung auf eigene Kosten stets in einem ordnungsgemäßen Zustand zu halten. Plakatsäulen sind mindestens alle 3 Jahre bis auf die Rohsäule freizulegen. Beschädigte oder zerstörte Werbeanlagen sind unverzüglich wieder herzustellen. Beschädigte oder beschmutzte Anschläge auf ihren Werbeanlagen hat die Firma XXX umgehend abzunehmen oder zu überkleben; letzteres gilt auch für unbenutzte Anschlagflächen.
- (6) Die Stadt kann jederzeit die Entfernung oder Umsetzung einzelner Werbeanlagen, sowie der Stadtinformations- bzw. WC- Anlagen verlangen, wenn dies wegen nachträglicher Veränderungen der städtebaulichen oder verkehrlichen Verhältnisse oder im sonstigen öffentlichen Interesse erforderlich ist. Die Firma XXX wird einem solchen Verlangen innerhalb angemessener Frist auf ihre Kosten nachkommen. Die Kosten für anderweitige Entfernungen oder Umsetzungen hat der jeweilige Veranlasser zu tragen. Die Stadt ist gehalten, bei Entfernungen nach Möglichkeit gleichwertige Ersatzstandorte bereitzustellen. Ist dies nicht möglich, werden die Parteien über eine angemessene Kompensation verhandeln. Als gleichwertiger Ersatzstandort gilt jedenfalls ein solcher mit einem vergleichbar hohen Verkehrsaufkommen.
- (7) Die Firma XXX ist verpflichtet, alle nach den gesetzlichen Bestimmungen für die Errichtung der Werbeanlagen erforderlichen Genehmigungen (z. B. Baugenehmigung) einzuholen. Sie wird zu neuen Standorten oder bei Veränderung von Standorten jeweils die Gauß-Krüger-Koordinaten (DHDN Potsdam/Bessel) mit Gültigkeit in Baden- Württemberg angeben. Das Datenformat des Lageplans muss im GIS-Format „SHAPE“ sein. Die Firma XXX räumt der Stadt das Recht ein, in den Baugenehmigungen Festlegungen hinsichtlich der Höhe und Farbgebung zu treffen, soweit dies aus städtebaulichen Gründen zur Einbindung der Anlagen in die jeweilige Umgebungssituation notwendig ist. Darüber hinaus kann die Baugenehmigung auch Auflagen aus Gründen der Verkehrssicherheit, z. B. hinsichtlich der Geschwindigkeit des Motivwechsels, enthalten.

Anlage TOP 12.1: Entwurf eines Musterkonzessionsvertrages

- 6 -

§ 4

Besondere Anschlagspflichten an Allgemeinstellen

- (1) Die Firma XXX hat amtliche Bekanntmachungen staatlicher oder städtischer Behörden und Dienststellen unverzüglich an gut sichtbarer Stelle an Allgemeinstellen anzubringen. Solche Anschläge haben Vorrang vor den Anschlägen privater Auftraggeber. Das Gleiche gilt für Anschläge politischer Parteien zu Wahlzeiten. Anschläge verbotener Parteien dürfen nicht angebracht werden.
- (2) Die Firma XXX hat bei dem Anschlag amtlicher Bekanntmachungen die Wünsche der Behörden hinsichtlich der Platzierung an den Allgemeinstellen zu berücksichtigen.

§ 5

Unzulässige Werbung

Die Firma XXX haftet für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen, insbesondere dafür, dass keine Plakate angeschlagen werden, die gegen Gesetze oder polizeiliche Verordnungen verstoßen. Unzulässig ist Werbung, die gegen die guten Sitten verstößt, insbesondere in dem sie geschlechter- oder fremdenfeindliche Inhalte enthält. Ebenso nicht zulässig ist Werbung, die berechtigten Belangen der Stadt zuwider läuft und mit dem Wesen einer ordnungsgemäßen Außenwerbung nicht vereinbar ist.

§ 6

Haftung

Schäden, die durch den Betrieb oder den Zustand von Werbeanlagen entstehen, hat die Firma XXX zu ersetzen. Sie hat die Stadt von allen diesbezüglichen Ersatzansprüchen freizustellen.

§ 7

Tarife und Nachlässe

- (1) Die allgemeine Tarifgestaltung für den Plakatanschlag ist der Stadt auf Verlangen vorzulegen. Die Firma XXX ist gehalten, sich mit der Gestaltung ihrer Tarife für Wirtschaftswerbung im Rahmen marktüblicher Preise zu bewegen.
- (2) Amtliche Bekanntmachungen staatlicher oder städtischer Behörden und Dienststellen (DIN A 1-Plakate) hat die Firma XXX im Gesamtnetz der Plakatsäulen (Allgemeinstellen) für die übliche Aushangdauer (8 bis 10 Tage) kostenlos anzuschlagen.
- (3) DIN A1-Werbung für Veranstaltungen, die von der Stadt beworben werden, ist bis zu max. 20% des allgemeinen Anschlagnetzes (Plakatsäulen und Werbevitriolen) kostenlos anzuschlagen. Die Stadt plakatiert regelmäßig für eigene Veranstaltungen des Kulturamtes, der Städt. Museen und des Theaters Freiburg (z.B. Literaturgespräch, Ausstellungen, Theatervorstellungen) und in der Form von städtisch verantworteten Veranstaltungshinweisen (z. B. Münstersommer Freiburg).

Anlage TOP 12.1: Entwurf eines Musterkonzessionsvertrages

- 7 -

- (4) Für die Plakatwerbung an besonderen Werbeträgern aus Anlass allgemeiner politischer Wahlen stellt die Firma XXX den örtlichen Auftraggebern der zur Wahl zugelassenen politischen Parteien und Wählervereinigungen sowie den Kandidatinnen und Kandidaten, die sich um ein Mandat bewerben, für die Dauer von drei Wochen vor dem Wahltermin nur die Selbstkosten in Rechnung. Auf Verlangen hat die Fa. XXX nachvollziehbar darzulegen, dass die in Rechnung gestellten Kosten den Selbstkosten entsprechen.
- (5) Außer bei amtlichen Bekanntmachungen und Werbung der politischen Parteien zu Wahlzeiten gilt grundsätzlich ein Vorrang der bereits gebuchten entgeltlichen Werbung privater Auftraggeber.

§ 8

Schaffung eines öffentlichen WLAN- Netzes im Bereich der Innenstadt

- (1) Durch den Vertrag wird der Vertragspartner außerdem dazu verpflichtet, bis zum 31.12.2015 ein öffentlich zugängliches WLAN-Netzwerk gemäß dem zum Zeitpunkt der Inbetriebnahme geltenden Standard IEEE 802.11n in dem durch Anlage 2 näher bezeichneten Bereich, ausgehend von den gelisteten Werbeanlagen zu errichten und bis zum Vertragsende zu unterhalten und zu betreiben. Das WLAN- Netz muss, soweit technisch möglich, die gesamte Innenstadt nach dem genannten Standard abdecken.
- (2) Der Betreiber ist dazu verpflichtet, jeweils zum 31.12.2018 und zum 31.12.2021 das WLAN-Netzwerk auf eigene Kosten auf den zu diesen Zeitpunkten jeweils herrschenden Stand der Technik nachzurüsten. Als Vergleichsmaßstab gilt dabei der Standard IEEE 802.11n bei Inbetriebnahme.
- (3) Das WLAN-Netzwerk ist jedermann kostenfrei und diskriminierungsfrei zugänglich. Der Zugang wird über einen tragbaren Computer (Notebook oder Tablet), ein Mobiltelefon oder ein anderes WLAN-fähiges Gerät, welches nicht vom Betreiber zur Verfügung gestellt werden muss, hergestellt. Der Zugang darf nur von der Erfüllung zumutbarer und sachlich vertretbarer Bedingungen abhängig gemacht werden. Sachlich vertretbar sind insbesondere solche Maßnahmen, die erforderlich sind, um die in diesem Vertrag getroffenen Pflichten zu erfüllen. Hierzu gehört etwa der Hinweis darauf, dass keine Rechtsverletzungen (z.B. Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums) oder Gesetzesverstöße über das zur Verfügung gestellte WLAN-Netzwerk begangen werden dürfen.
- (4) Ein Ausschluss von der Nutzung des WLAN-Netzwerks darf nur aus sachlichen Gründen erfolgen. Als sachlicher Grund gilt insbesondere die tatsächliche Begehung von Rechtsverletzungen (z.B. Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums) oder von Straftaten (z.B. Verbreitung oder Erwerb strafrechtlich relevanter Inhalte) über das vom Betreiber zur Verfügung gestellte WLAN-Netzwerk.
- (5) Eine Zensur politischer Inhalte darf durch den Betreiber nicht erfolgen. Dies gilt nicht für eindeutig strafbare Inhalte oder eindeutig diskriminierende Inhalte in Bezug auf Rasse, ethnische Herkunft, Geschlecht, Religion, Behinderung, Alter oder sexuelle Identität.
- (6) Der Stadt Freiburg stehen weder Mitwirkungs- noch Weisungsrechte in Bezug auf den Betrieb des WLAN-Netzwerks zu.

Anlage TOP 12.1: Entwurf eines Musterkonzessionsvertrages

- 8 -

- (7) Wird das WLAN-Netzwerk nicht rechtzeitig oder nicht ordnungsgemäß errichtet oder verstößt der Betreiber gegen die unter Absatz 1 bis 5 genannten Verpflichtungen, kann die Stadt für jeden Verstoß pro Tag, an dem gegen Verpflichtungen verstoßen wird, eine Vertragsstrafe von bis zu max. 300,00 € verlangen, maximal jedoch 50.000,00 € pro Jahr. Dies gilt nicht, wenn die Fa. XXX nachweist, dass sie oder ihre Erfüllungsgehilfen die Pflichtverletzung nicht zu vertreten haben. Die Höhe der Vertragsstrafe ist von der Stadt Freiburg nach billigem Ermessen gem. § 315 BGB zu bestimmen. Weitergehende Schadensersatzansprüche sowie sonstige Rechte der Stadt, insbesondere das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund, bleiben hiervon unberührt.

§ 9

Entgelt/Gegenleistung der Firma XXX

- (1) Für das eingeräumte Recht gemäß § 1 erbringt die Firma XXX folgende Gegenleistungen, die als Hauptleistungspflichten im Synallagma mit der Übertragung des Rechts zur Errichtung und Ausnutzung der Werbeanlagen gemäß § 2 stehen:

1. Zahlung von € pro Jahr. Dieser Betrag wird fällig jeweils zum 15.01. für das laufende Jahr im Voraus.

Über die Vertragslaufzeit ergibt sich somit ein Gesamtentgelt von €.

Die Entgelte sind jeweils Nettoentgelte (ohne Mehrwertsteuer). Die Stadt geht entsprechend der bisherigen Praxis der Finanzämter davon aus, dass hierauf keine Umsatzsteuer zu entrichten ist. Sollte sich die Gesetzeslage und/oder die Praxis des Finanzamtes Freiburg ändern und die Stadt auf die Konzessionsabgabe eine Umsatzsteuer entrichten müssen, ist diese vom Vertragspartner zusätzlich zu dem genannten Betrag von ... € zu entrichten, berechnet aus dem Nettoentgelt. Damit sind auch die Sondernutzungsgebühren für die Überlassung der öffentlichen Flächen für die Aufstellung von Werbeanlagen und Toiletten abgegolten.

2. Bei der Errichtung der Werbeanlagen, WC- Anlagen und Stadtinformationsanlagen sind ausschließlich die in Anlage 1 enthaltenen Modelle zu verwenden. Eine nachträgliche Änderung oder die Einführung neuer Modelle bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Stadt.
3. Aufbau und dauerhafter Betrieb der in den § 2 Abs.5 Buchst. h genannten WC-Anlagen.

Die Firma XXX ist berechtigt, für die Nutzung der Toiletten ein Entgelt zu erheben, welches jedoch das für derartige Anlagen allgemein übliche Entgelt nicht übersteigen darf; das Entgelt steht der Firma XXX zu.

4. Errichtung und dauerhafter Betrieb der in § 2 Abs. 5 Buchstabe i genannten interaktiven Stadtinformationsanlagen sowie der in § 2 Abs. 5 Buchstabe g genannten Plakatsäulen mit integriertem Terminal.
5. Aufbau und dauerhafter Betrieb eines öffentlichen WLAN- Netzes gemäß § 8.

Anlage TOP 12.1: Entwurf eines Musterkonzessionsvertrages

- 9 -

- (2) Für den Fall, dass die Firma XXX die in Abs. 1 Ziffer 3 und 4 genannten Verpflichtungen nicht vertragsgerecht erfüllt, kann die Stadt für den Zeitraum der nicht ordnungsgemäßen Erfüllung eine angemessene Erhöhung der Konzessionsabgabe gemäß Abs. 1 Ziffer 1 verlangen. Hierbei ist als Wert für die WC- Anlagen davon auszugehen, dass der Gegenwert für den einjährigen Betrieb der beiden Toiletten 60.000,00 € und der Gegenwert für den einjährigen Betrieb aller in Abs. 1 Ziffer 4 genannten Anlagen 75.000,00 € beträgt. Weitergehende Rechte der Stadt bleiben unberührt.
- (3) Bleibt die Firma XXX auf schriftliche Mahnung mit fälligen Zahlungen mehr als vier Wochen im Rückstand, so ist die Stadt berechtigt, nach vorheriger schriftlicher Ankündigung an den Vorstand/die Geschäftsführung der Firma XXX den Vertrag fristlos zu kündigen. Vom Tage des Verzuges an sind Verzugszinsen in Höhe von 8 % über dem Basiszinssatz i. S. des § 247 BGB zu entrichten.

§ 10

Rückbauverpflichtung der Fa. Wall

- (1) Der Firma XXX ist bekannt, dass der Firma Wall nach dem zum 31.12.2014 endenden Vertrag drei Monate Zeit eingeräumt sind, die von ihr errichteten Werbeanlagen zurückzubauen. Für den Fall, dass die Firma Wall der Rückbauverpflichtung nicht fristgerecht nachkommt, tritt die Stadt die ihr zustehenden Schadensersatz- und Unterlassungsansprüche gegen die Firma Wall insoweit an die Firma XXX ab, als der Firma XXX ihrerseits Schadensersatz- und Unterlassungsansprüche gegen die Stadt zustehen. Weitergehende Schadensersatzansprüche gegen die Stadt stehen der Firma XXX nicht zu, insbesondere haftet die Stadt nicht für den Fall, dass die Ansprüche gegen die Firma Wall nicht durchsetzbar sind. Dasselbe gilt für den Fall, dass die Firma Wall an den noch nicht abgebauten Werbeträgern weiterhin Plakat- oder sonstige Werbeanschläge anbringt.
- (2) Die Firma XXX kann von der Stadt verlangen, alle ihr zustehenden, insbesondere öffentlich-rechtlichen Rechte gegen die Firma Wall wahrzunehmen, wenn diese ihrer Rückbauverpflichtung zum 31.03.2015 nicht nachkommt; die Stadt haftet jedoch nicht für deren Durchsetzbarkeit. Ein Kündigungsrecht von diesem Vertrag wegen Verletzung der oben genannten Pflichten durch die Firma Wall steht der Firma XXX nur für den Fall zu, dass die Stadt die im vorangegangenen Satz genannte Pflicht trotz Mahnung mit angemessener Fristsetzung verletzt.

§ 11

Übertragbarkeit

Die Firma XXX ist berechtigt, das Werbenetz mit vorheriger Zustimmung der Stadt durch ein Subunternehmen betreiben zu lassen. Darüber hinaus kann die Firma XXX Rechte und Pflichten aus dem Vertrag ganz oder teilweise nur mit Zustimmung der Stadt auf Dritte übertragen. Sie ist in jedem Fall verpflichtet, Änderungen der Stadt unverzüglich anzuzeigen. Die Stadt darf ihre Zustimmung nur aus wichtigem Grund versagen.

Anlage TOP 12.1: Entwurf eines Musterkonzessionsvertrages

- 10 -

§ 12

Dauer und Beendigung des Vertragsverhältnisses/Stellung einer Bürgschaft zur Sicherung der ordnungsgemäßen Entfernung der Anlagen

- (1) Der Vertrag tritt zum 01.01.2015 in Kraft und läuft bis zum 31.12.2024.
- (2) Die Stadt kann das Vertragsverhältnis jederzeit fristlos kündigen, wenn die Firma XXX ihre vertraglichen Verpflichtungen gemäß § 9 oder sonstige vertragliche Verpflichtungen in wesentlicher Hinsicht trotz schriftlicher Mahnung sowie vorheriger schriftlicher Ankündigung gegenüber dem Vorstand/der Geschäftsführung der Firma XXX durch die Stadt nicht in angemessener Frist erfüllt. Ebenso steht der Firma XXX ein fristloses Kündigungsrecht zu, wenn die Stadt ihre wesentlichen vertraglichen Verpflichtungen trotz schriftlicher Mahnung nicht in angemessener Frist erfüllt. Das Risiko, wie sich der Werbemarkt innerhalb der Vertragslaufzeit entwickelt, liegt jedoch alleine bei der Fa. XXX und begründet weder Rechte wegen Änderung der Geschäftsgrundlage noch ein Kündigungsrecht aus wichtigem Grund.
- (3) Nach Beendigung des Vertragsverhältnisses ist die Fa. XXX verpflichtet, die Werbeanlagen unverzüglich, spätestens innerhalb von drei Monaten, auf ihre Kosten zu beseitigen und den Ursprungszustand an den öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen wieder herzustellen.
- (4) Die Firma XXX stellt spätestens zum Vertragsbeginn und für die Dauer der Vertragslaufzeit eine selbstschuldnerische Bankbürgschaft in Höhe von 150.000,00 € zur Sicherung der ordnungsgemäßen Entfernung aller, in Ausübung des ihr übertragenen Rechts angebrachten Werbeanlagen samt Zubehör und / oder zur Herstellung des ursprünglichen Zustandes.

§ 13

Schlussbestimmungen

- (1) Änderungen oder Ergänzungen des Vertrages sowie Nebenabreden sind nur gültig, wenn sie schriftlich vereinbart sind. Auf das Schriftformerfordernis kann nur schriftlich verzichtet werden.
- (2) Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages ganz oder teilweise unwirksam sein, berührt dies die Wirksamkeit des Vertrages im Übrigen nicht. Die Parteien werden in diesem Fall – soweit sich nicht aus dem Gesetz ergibt, dass anstelle der unwirksamen Regelung zwingend die gesetzliche Regelung gilt – eine der unwirksamen Bestimmung im wirtschaftlichen Ergebnis möglichst nahe kommende Regelung vereinbaren.
- (3) Als Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus diesem Vertrag wird Freiburg i. Br. vereinbart, soweit gesetzlich nicht zwingend ein anderer Gerichtsstand vorgeschrieben ist. Es findet ausschließlich deutsches Recht Anwendung.

Anlage TOP 12.1: Entwurf eines Musterkonzessionsvertrages

- 11 -

Anlagen zum Vertrag:

1. Gestalterische und technische Anforderungen an die Anlagen.
2. Innenstadtbereich, in dem das WLAN- Netz aufzubauen ist und nur beleuchtete/hinterleuchtete Werbeanlagen zulässig sind.
3. Standortliste der bei Vertragsbeginn zu errichtenden/zulässigen Anlagen.
4. Standortliste der später zu errichtenden/zulässigen Anlagen am Rotteck-/Friedrichsring und entlang der künftigen Trasse der Stadtbahn Messe.

Freiburg i. Br., den

Freiburg i. Br., den

Stadt Freiburg i.Br.

Fa. XXX

.....
(Prof. Haag)
Bürgermeister

.....
(XXX)
Vorstand/Geschäftsführer/in