

Nicole Heinz, Telefon: 204-1623

Beschlussvorlage

zur Behandlung im: **Gemeinderat**

Vorberatung im: **Verwaltungsausschuss**

Betreff:	Vergabe einer Dienstleistungskonzession (Werbekonzession im öffentlichen Raum) durch die Universitätsstadt Tübingen
Bezug:	Vorlagen Nr. 481/08 (Mitteilungsvorlage) und 173a/09
Anlagen: 4	Bezeichnung: Bilder der Buswartehallen und Werbeträger sowie Bewertungsmatrix (Kriterien)

Beschlussantrag:

1. Die Werbekonzession wird an die Firma DSM, Deutsche Städte Medien GmbH vergeben.
2. Der Vergabe liegt die Produktfamilie f/p zugrunde.

Ziel:

Mit der Neuvergabe der Werbekonzession soll eine qualitative Verbesserung der Werbeträger insbesondere der Buswartehallen im Stadtgebiet und damit eine sichtbare Verbesserung des Stadtbildes erreicht werden unter Berücksichtigung eines angemessenen Entgelts für die Überlassung öffentlicher Verkehrsfläche.

Begründung:

1. Anlass / Problemstellung / Sachstand

Die Stadtverwaltung betreibt seit dem Jahre 1979 die Verpachtung der Außenwerbung. Seit diesem Zeitpunkt wurde der bestehende Vertrag jeweils entsprechend der vertraglichen Regelung verlängert. Der Vertragspartner hat mehrmals durch Kauf von größeren Firmen gewechselt. Zurzeit ist die Firma DSM, Deutsche Städte Medien GmbH Werbepartner. Der bestehende Außenwerbevertrag läuft Ende Juni 2009 aus. Der Vertrag beinhaltet das Recht und die Pflicht, auf städtischen öffentlichen und privaten Flächen auf eigene Rechnung und eigenes Risiko Werbeträger und Buswartehallen aufzustellen und werblich zu nutzen (Produktwerbung).

Die Verwaltung hat die Neuvergabe der Außenwerbung im Januar 2009 europaweit öffentlich ausgeschrieben.

In der Leistungsbeschreibung wurden die nachfolgenden Eckpunkte vorgegeben:

1 Vertragslaufzeit

Der Vertrag über die Außenwerbung wird mit Wirkung zum 01.07.2009 bis zum 31.12.2019 abgeschlossen. Er erhält eine Verlängerungsoption für weitere 5 Jahre, wenn nicht eine der Vertragsparteien den Vertrag zum 31.12.2019 beendet.

2 Kultur- und Veranstaltungswerbung

Ausgenommen von der Vergabe ist das Vorbehaltsnetz für Kultur- und Veranstaltungswerbung, das den Veranstaltern direkt von der Stadt im Wege von Sondernutzungserlaubnissen an städtischen Plakatwerbeträgern (Laternenmasten, Anschlagtafeln und Litfaßsäulen, Großwerbetafeln und Banner an den Ortseingängen) überlassen wird, sowie Werbung an sonstiger Stadtmöblierung (Verteilerkästen, Fahrradständern, öffentlichen Toilettenanlagen, an Sportstätten und –hallen, und in und an öffentlichen Verkehrsmitteln).

3 Plakatwerbeträger

Zulässig sind nach den Ausschreibungsbedingungen:

- a. City-Light-Poster (CLP), ein- oder doppelseitige be-/ hinterleuchtete Werbevitrine im 4/1-Format, statisch oder mit Plakatwechsler,
- b. Plakatsäulen, unbeleuchtet, beleuchtet oder hinterleuchtet, statisch oder drehbar,
- c. Großflächen, unbeleuchtet oder beleuchtet im 18/1-Format.

Nicht zulässig ist die Errichtung von unverglasten oder verglasten Großflächen im 18/1-Format auf sogenanntem Monofuß. In der Altstadt sind CLP-Vitrinen sowie beleuchtete Plakatwerbeträger unzulässig.

4 Buswarteallen

Der Konzessionsnehmer ist verpflichtet, 140 Buswarteallen einschließlich erforderlicher Ausstattung im Stadtgebiet auszutauschen sowie während der Vertragslaufzeit 10 weitere Einheiten auf Wunsch der Stadt kostenlos aufzustellen. Die Wartehallen auf dem Busbahnhof sollen durch 10 neue Wartehallen ersetzt bzw. ergänzt werden. Diese Wartehallen sollen beim Umbau des Europaplatzes an andere Stellen im Stadtgebiet umgesetzt werden, an denen aufgrund der Ausweitung der Wartehallenstandorte Bedarf besteht. 9 Buswarteallen im Stadtgebiet sind derzeit noch nicht zum Austausch vorgesehen: 4 Buswarteallen haben ein integriertes Busfahrer-WC, bei 3 Buswarteallen erfolgt kein Austausch aus stadtgestalterischen Gründen und geplanten Straßenbaumaßnahmen, 1 Buswartealle wurde erst im Jahr 2008 neu aufgestellt. Auf dem Busbahnhof ist 1 Buswartealle mit dem nebenliegenden Treppenabgang verbunden. Diese vorgenannten Buswarteallen werden durch einen Neuanstrich von Seiten der Stadt farblich angepasst.

5 Uhrenanlagen

Der Konzessionsnehmer ist verpflichtet, entweder die vorhandenen beleuchteten Uhrenanlagen weiter zu unterhalten bzw. durch neue zu ersetzen. Standorte, an

denen von den SVT dynamische Fahrgastanzeigen mit integrierter Uhrzeit aufgestellt werden, sollen ersatzlos entfallen, da nach den Erfahrungen Uhrenanlagen keinen relevanten Ertrag erwarten lassen.

6 Vorgaben an die Gestaltung und Qualität sowie an Konstruktion und Materialwahl für Wartehallen und Werbeträger

Bei der Wahl der Plakatwerbeträger, Buswartehallen und Uhrenanlagen wurde vorgegeben, dass diese möglichst zurückhaltend und zeitlos in Erscheinung treten sollen. Insbesondere wurde darauf hingewiesen, dass keine historisierende Anpassung angestrebt wird, vielmehr sollen sich die Elemente unaufgeregt modern von der zum Teil historischen Umgebung absetzen, ohne in Konkurrenz zu ihr zu treten. Die Buswartehallen sollen keine stark geneigten oder gewölbten Dächer haben.

Die Produkte müssen aus Aluminium, Stahl bzw. Glas hergestellt sein. Die Bauteile sollen eloxierte oder pulverbeschichtete Oberflächen mit hoher Resistenz gegenüber mechanischer Belastung und Graffiti besitzen. Als durchgehende Farbgebung der Produktoberflächen wurde Dunkelanthrazit, Silbergrau oder Aluminiumfarben vorgegeben.

Vorgegeben war auch, dass alle Buswartehallen beleuchtet werden und mit einer Sitzgelegenheit ausgerüstet sein müssen, deren Sitzfläche aus Holz besteht. Bei allen elektrischen Einrichtungen der Plakatwerbeträger, Buswartehallen und Uhrenanlagen wurde eine energieeffiziente Lösung bevorzugt.

7 Freianschläge, Kulturwerbung

Der Konzessionsnehmer ist verpflichtet, an allen Allgemeinstellen seines Werbenetzes in Tübingen jährlich 120 Plakatanschläge kostenlos durchzuführen. Davon stehen 100 Freianschläge dem Kulturamt der Stadt und 20 Freianschläge der Kunsthalle Tübingen zur Verfügung.

8 Reinigung-, Service- und Wartungsumfänge

Der Konzessionsnehmer muss sich verpflichten, sämtliche Plakatwerbeträger, Buswartehallen, Uhrenanlagen und deren unmittelbare Umgebung stets in einem sauberen und ordnungsgemäßen Zustand zu halten und für deren regelmäßige Reinigung, Pflege und Wartung zu sorgen. Die regelmäßige Reinigung hat 14-tägig und darüber hinaus bei Bedarf zu erfolgen. Beschädigte Bauteile sind ebenso wie beschädigte und schmutzige Anschläge unverzüglich auszutauschen. Plakatsäulen, die in Klebtechnik bewirtschaftet werden, sind regelmäßig zu entschwarzen.

Während der Ausschreibungsfrist haben 12 Unternehmen die Ausschreibungsunterlagen angefordert. Lediglich 2 Firmen haben Angebote abgegeben. Davon konnten nur die Angebote der Firma DSM gewertet werden, die insgesamt drei Angebote abgegeben hat, die sich im Buswartehallentyp und der Pachtzinshöhe unterscheiden. Die Angebote im Einzelnen:

Firma	DSM	DSM	DSM
	Angebot 1	Angebot 2	Angebot 3
Buswartehallentyp	f/p design	Xenon WHC	Classic
Vergütung/ Pacht			
Umsatzpacht in %	18	18	22
Mindest-/ Garantiepacht	100.000 Euro	100.000 Euro	120.000 Euro
Nach Ablauf von ... Jahren	3	3	3
Erhöhung Mindestpacht um ... %	3	3	3

Ein weiteres Angebot konnte nicht gewertet werden, weil das Angebot hinsichtlich der Laufzeit des Vertrages nicht den Ausschreibungsunterlagen entspricht. Das Angebot lautet auf Abschluss eines Vertrages mit einer Vertragslaufzeit von 15 Jahren und nicht wie in den Ausschreibungsunterlagen gefordert von 10 Jahren. Unabhängig davon hat die Verwaltung zu Vergleichszwecken auch für dieses Angebot eine -nicht in die Wertung aufzunehmende- Vergleichsbewertung erstellt, aus der ersichtlich ist, dass das Angebot, vorausgesetzt es würde den Ausschreibungsunterlagen entsprechen, in der Bewertung hinter dem Angebot der Fa. DSM zurückbleibt. Vgl. hierzu die Matrix in der nichtöffentlichen Vorlage 173a/2009.

2. Lösungsvarianten

Nachdem nur 3 wertbare Angebote eingegangen sind, ist unter diesen eine Auswahl zu treffen. Alle Angebote der Fa. DSM entsprechen den Ausschreibungskriterien.

2.1 Produktfamilie f/p design (Anlage 1)

Der garantierte Pachtzins liegt bei 100.000 Euro pro Jahr, die Umsatzpacht bei 18 %. Die Buswartehalle hat eine solide, schlichte und zurückhaltende Konstruktion. Dadurch fügt sie sich dezent in die unterschiedlichen Stadträume ein und tritt nicht in Konkurrenz mit anderen Bauwerken. Äußerlich sind keine Schrauben oder andere Verbindungselemente sichtbar,

die ein homogenes Erscheinungsbild unterbrechen und stören würden. Die Wartehalle wurde von den Designern Fritz Frenkler und Annette Ponholzer (f/p design) entwickelt. 2003 wurde die f/p als Wartehallensystem mit dem iF Silver Award in der Kategorie „Public Design“ ausgezeichnet. Dies war die höchste Auszeichnung, die in 2003 vergeben wurde. Der iF-Award steht seit 1953 für Kompetenz und Qualität hinsichtlich der Schnittstelle Design/Wirtschaft und ist zu einem weltweit anerkannten Markenzeichen geworden.

2.2 Produktfamilie Xenon WHC (Anlage 2)

Der garantierte Pachtzins beläuft sich auf 100.000 Euro pro Jahr, die Umsatzpacht auf 18 %. Durch die ovalen Hauptprofile und den Verzicht auf zusätzliche Seitenstützen entsteht ein frei schwebendes Dach, das der Wartehalle eine besondere Leichtigkeit verschaffen soll. Durch die dominanten Profile entsteht aber eine Konstruktion, die sich dem Betrachter sehr aufdrängt. Die Formensprache ist eher modernistisch und nicht zeitlos.

2.3 Produktfamilie Classic (Anlage 3)

Der garantierte Pachtzins liegt bei 120.000 Euro pro Jahr, die Umsatzpacht bei 22 %. Die Wartehalle weicht mit ihrer Gliederung von den gängigen Rastermaßen der etablierten 3-Feld-Wartehallen ab. Trotzdem erfüllt sie in gleichem Maße die Anforderungen in Modularität und Qualität und lässt sich somit jeder Straßensituation individuell anpassen. Die schwerfällige Konstruktion und die geringe Transparenz der Buswartehalle fällt sehr ins Auge und steht in Konkurrenz zu einer möglichst zurückhaltenden und zeitlosen Erscheinung.

3. Vorschlag der Verwaltung

Die Verwaltung hat die Angebote nach den in der beiliegenden Bewertungsmatrix genannten Kriterien bewertet (s. Anlage 4 und nichtöffentliche Vorlage 173a/2009). Bei der Bewertungsmatrix hat die Verwaltung auf die Bewertung der Umsatzpacht verzichtet, da sie für das Ergebnis der Wertung nicht von Belang ist. Die Verwaltung schlägt vor, den Zuschlag auf das Angebot Nr. 1 der Fa. DSM zu erteilen und den Werbekonzessionsvertrag mit der Firma DSM abzuschließen, da dieses insgesamt am Besten bewertet wurde.

4. Finanzielle Auswirkungen

Die Firma DSM zahlt für das ihr eingeräumte Recht eine Umsatzpacht in Höhe von 18 % des steuerbaren Umsatzes, den die Firma durch die Vermarktung der Werbeträger erzielt, mindestens jedoch 100.000,-- Euro pro Jahr (Mindestpacht). Bei der Mindestpacht handelt es sich um eine Garantiezahlung, die umsatzunabhängig ist. Nach Ablauf von jeweils 3 Jahren erhöht sich die Mindestpacht jeweils um 3 %. Durch die Neuvergabe der Werbekonzession erhält die Stadt von der Firma DSM in den nächsten 10 Jahren einen garantierten Pachtzins von 1,036 Mio. Euro. Der Pachtzins fließt in jährlichen Teilbeträgen der Haushaltsstelle 1.7910.1420.000 (Verpachtung des Plakatanschlags) zu.

5. Anlagen

- Anlage 1 DSM Produktfamilie f/p
- Anlage 2 DSM Produktfamilie Xenon WHC
- Anlage 3 DSM Produktfamilie Classic
- Anlage 4 Bewertungsmatrix (s. a. Vorlage 173a/2009)