



## BESCHLUSSVORLAGE

Federführung:  
FB Liegenschaften und Wohnen

**VORL.NR. 091/24**

Sachbearbeitung:  
Janner, Ursula  
Behr, Sieglinde  
Geng, Marion  
Datum:  
18.03.2024

Beratungsfolge	Sitzungsdatum	Sitzungsart
Bauausschuss	02.05.2024	ÖFFENTLICH
Gemeinderat	15.05.2024	ÖFFENTLICH

Betreff: Durchführung eines EU-weiten Ausschreibungsverfahrens für  
Werberechte im öffentlichen Raum

Bezug SEK: Handlungsfeld 12 (Leistungsfähige und lernende Verwaltung)

Bezug: Vorl. Nr. 004/24 Vorbereitung der Vergabe von Werberechten in  
Ludwigsburg

Anlagen:

### Beschlussvorschlag:

Der Gemeinderat beauftragt die Stadtverwaltung, ein EU-weites Ausschreibungsverfahren zum Zwecke der Vergabe von Werberechten für Werbung im öffentlichen Raum durchzuführen. Die Stadtverwaltung behält es sich vor und bringt dies in der Ausschreibung zum Ausdruck, dass sie gegebenenfalls weitere, hier nicht benannte Flächen für Werbung oder soziale Appelle sowie Kampagnen für Kultur und Sport zu Verfügung stellt.

### Sachverhalt/Begründung:

#### Für den eiligen Leser:

Da der bestehende Konzessionsvertrag zum 31.12.2024 ausläuft, wird derzeit die Neuvergabe der Werberechten vorbereitet und eine neue Werbekonzession erarbeitet. Im Januar 2024 wurde vom Gemeinderat signalisiert, dass drei Werbeträger im Stadtgebiet vorstellbar sind, diese sind:

- Werbung in Buswartehallen
- beklebte Werbeflächen (Litfaßsäulen und Großflächentafeln)
- digitale City-Light-Poster

Da neben der kommerziellen Werbung auch Veranstaltungswerbung von z.B. Vereinen

für Sport und Kultur betroffen ist, wurde die neue Werbekonzession mit den Verbänden bzw. Schlüsselpersonen aus dem Sport- und Kulturbereich sowie der evangelischen und katholischen Kirche abgestimmt. Die Werbesituation für Vereine wird sich verbessern, da ein zusätzliches (teils gebührenfreies) Angebot auf Allgeminstellen und digitalen City-Light-Poster zur Verfügung steht. In der Umsetzung wird für die Vereine durch unbürokratischen Umgang mit ihren Anliegen kein Mehraufwand entstehen. Deswegen wird es von der Stadtverwaltung nach der erfolgten Vergabe gemeinsame Termine zwischen Konzessionär und Vereinsvertretern unter Einbeziehung der Verwaltungsleitung geben.

### **1. Wesentliche Inhalte der Ausschreibung:**

Die Bieter werden auf Grundlage der drei Lose zur Abgabe von Angeboten aufgefordert. Eine Veröffentlichung des gesamten Ausschreibungstextes im Vorfeld der öffentlichen Ausschreibung ist aufgrund der rechtlichen Ausschreibungsvorgaben zur Wahrung des Geheimwettbewerbs nicht möglich.

Die wesentlichen Inhalte sind:

#### **I. Vorwort:**

In einer kurzen Zusammenfassung werden die wesentlichen Faktoren, welche die Stadt Ludwigsburg ausmachen, beschrieben. Dabei wird unter anderem auch auf die Stärke als Wirtschaftsstandort verwiesen.

#### **II. Zielsetzung:**

Die Stadt überlässt dem Konzessionsnehmer städtische Standorte im Stadtgebiet, auf denen Werbung erfolgen kann. Weiter werden die in Frage kommenden Werbemedien mit dazugehörigen Rahmenbedingungen aufgeführt.

#### **III. Leistungsübersicht:**

Diese beinhaltet die voraussichtliche Dauer des neuen Konzessionsvertrags (10 oder 15 Jahre). Außerdem werden neben dem Aspekt zur Zahlung einer Pacht Hinweise für die erforderliche Haftung, Reinigung, Wartung und Instandhaltung der Werbeanlagen gegeben. Auch Anmerkungen zur wechselseitigen Wirkung von Rechten und Pflichten zwischen der Stadt und dem künftigen Konzessionär sind unter diesem Punkt zu finden. In der Leistungsübersicht wird darüber hinaus aufgeführt, welche Inhalte, Darstellungen und Aussagen als Werbung verboten sind. Abschließend werden Angaben zu einer potenziellen, in Frage kommenden

Aufrüstung der unterschiedlichen Werbemedien gemacht. Dabei ist immer eine Zustimmung der Stadt Voraussetzung.

#### **IV. Aufteilung der Lose:**

Die Konzessionsvergabe der Werberechte in Ludwigsburg erfolgt, wie im Gemeinderat am 31.01.2024 beschlossen, in 3 Losen:

**Los 1:** Übernahme 96 verglaste Wartehallen mit City-Light-Poster Vitrienen. Alle Wartehallen sind mit energiesparenden Beleuchtungseinrichtungen auszustatten. Der Abschluss eines Grünstromtarifs ist verpflichtend. Berechtigung, bis zu 15 Vitrienen mit einer Wechseleinrichtung auszustatten.

**Los 2:** Übernahme 17 Großflächentafeln und 86 Litfaßsäulen (davon 24 Ganzstellen, 62 Allgeminstellen) Möglichkeit der Erhöhung auf 20 Großflächentafeln in enger Abstimmung mit der Stadt.

**Los 3:** Aufstellung von bis zu 10 digitalen City-Light-Postern/Screens (dCLP). Voraussetzung hierfür ist eine Einholung der Genehmigung der Baurechtsbehörde.

Der Stadt stehen unabhängig von der Vermarktungslage mind. 100 Minuten / Tag je Screen zur Verfügung. Hinzu kommen in besonderen Situationen wie Gefahrenlagen, Wetterkatastrophen und Ähnliches ein zusätzliches Zeitkontingent, in Abhängigkeit von der jeweiligen Situation. Der Konzessionsnehmer stellt der Stadt kostenfrei ein Schnittstellenmodul zur Verfügung und weist einen Mitarbeiter in die Technik ein.

**Für alle Lose gilt gleichermaßen:**

- Eine Verpflichtung zur Reinigung, Unterhaltung und Durchführung von Reparaturen auch für die städtischen Buswartehallen.
- Bei nicht vermarkteten Zeiten bei Los 1 und 2 können die Stadt sowie gemeinnützige Vereine die Werbeflächen nutzen. Zu zahlen sind die technischen Kosten (Aushangkosten).
- Eine Bewertung aller Angebote erfolgt nach Kriterien wie Finanzen, Design und Technik des Werbeträgers.

**V. Verfahren:**

- Es handelt sich um eine EU-weite Ausschreibung.
- Unter diesem Punkt werden formale Kriterien aufgeführt und wichtige Fristen für die Ausschreibung (unter anderem Fragestellungen, Angebotsabgabe- und Bindefrist) genannt.
- Ebenfalls aufgelistet ist das geforderte Leistungsbild mit den entsprechenden, abzugebenden Unterlagen, sowie die Darlegung des Punktesystems der Bewertung.
- Die Stadt ist nicht verpflichtet den Zuschlag zu erteilen. Der Zuschlag kann verweigert werden, wenn z.B. kein wirtschaftliches Ergebnis erzielt wurde.
- Es liegt in der Entscheidung der Stadt, die Konzession für eine Laufzeit von 10 oder 15 Jahren zu vergeben.

**VI. Sonstiges:**

Der Ausschreibung werden verschiedene Anlagen zu den einzelnen Losen sowie eine Auflistung der zu übernehmenden Werbemedien beigelegt.

**VII. Weitere Flächen für Werbung, soziale Appelle oder Kampagnen für Sport und Kultur**

Neben den vom vorliegenden Verfahren betroffenen Werbeflächen, gibt es weitere Flächen, die im Sinne der gesellschaftlichen Information (soziale Appelle oder Kampagnen u.a. für Sport und Kultur) oder/und zur Erzielung von Erträgen genutzt werden können, z.B. an städtischen Gebäuden oder Baustellenabsperungen. Hier können wichtige Informationen vermittelt und/oder für den bedrängten städtischen Haushalt im Sinne von WIN LB und der Konsolidierung des Haushalts weitere Erträge generiert werden. Diese Möglichkeit darf keinesfalls durch diese Ausschreibung ausgeschlossen werden.

**2. Auswirkungen auf die Vereine**

Für die Vereine wird es in Zukunft ein erweitertes Angebot geben. Bisher häufigster Werbeträger sind die Plakatwerbungen, welche über eine Sondernutzung beim Fachbereich Sicherheit und Ordnung gegen eine Gebühr beantragt wird. Die Plakatstände stehen im öffentlichen Raum entlang der dafür zugelassenen Straßen. Diese Werbemöglichkeit wird es auch weiterhin geben und sind von der Ausschreibung der neuen Konzession **nicht** betroffen.

Zusätzlich wird es

- die Möglichkeit geben, auf Allgemeinstellen Plakate gegen Gebühr anbringen zu lassen. Da diese Allgemeinstellen Teil des Loses 2 ist, können die Konditionen erst nach Beendigung des Ausschreibungsverfahrens genannt werden.
- ein Freikontingent sowohl auf Allgemeinstellen gegen Erstattung der technischen Kosten (Aushangkosten) als auch auf den digitalen City-Light-Postern zugunsten der Stadt geben, welche an die Vereine für Werbezwecke weitergegeben geben.
- die Möglichkeit geben, bei nicht vermarkteten Zeiten Werbeflächen in Buswarteallen, Großflächentafeln und Litfaßsäulen zu nutzen. Denkbar wäre hier ein Kultur-/Veranstaltungskalender, welcher über einen längeren Zeitraum genutzt werden kann.

Über die Kosten/Handhabung/Verteilung/Zuteilung der vorgenannten Möglichkeiten wird die Verwaltung rechtzeitig informieren.

### 3. Auswirkungen auf bestehende Satzungen der Stadt Ludwigsburg

Für die Umsetzung des Los 3 muss die Werbesatzung Innenstadt angepasst werden. Die Sondernutzungssatzung gilt für alle Sondernutzungen an öffentlichen Straßen, die in der Straßenbaulast der Stadt Ludwigsburg stehen. Sie verweist unter § 1 "Geltungsbereich" unter Nr. 2 b darauf, Ausschließlichkeitsverträge (wie z. B. die Werbekonzession), insbesondere zum Zwecke der Werbung von der Sondernutzungssatzung unberührt bleiben. Auf Grundlage der Richtlinien zur Sondernutzungssatzung kann Veranstaltungswerbung für **Vereine** in gewohnter Art und Weise weiter stattfinden. Auch für die **Wahlwerbung** hat die neue Werbekonzession **keine** Auswirkungen.

Auch werden die weiteren Werbemöglichkeiten, die Möglichkeit zu sozialen Appellen und die Kampagnen für Sport und Kultur (siehe dazu 1./VII.) zu Änderungen von Werbesatzung und ggf. Sondernutzungssatzung und Gestaltungsrichtlinien führen können. Dies wird gesondert zu beschließen sein, soll das vorliegende Ausschreibungsverfahren aber nicht aufhalten.

#### Unterschriften:

**Dr. David Jacob**

**Martin Kurt**

<b>Finanzielle Auswirkungen?</b>			
<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nein	Gesamtkosten Maßnahme/Projekt:	EUR

**Ebene: Haushaltsplan**Teilhaushalt Produktgruppe

ErgHH: Ertrags-/Aufwandsart

FinHH: Ein-/Auszahlungsart

Investitionsmaßnahmen

 Deckung  Ja  
 Nein, Deckung durch
**Ebene: Kontierung (intern)**

Konsumtiv			Investiv	
Kostenstelle	Kostenart	Auftrag	Sachkonto	Auftrag

**Klimatische Auswirkung (THG-Emissionen)?** KlimaCheck hat bereits stattgefunden in Vorl.Nr. 0

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--	-	0	+	++
Stark negative Klimawirkung	Negative Klimawirkung	Keine oder geringe Klimawirkung	Positive Klimawirkung	Stark positive Klimawirkung

**Begründung:****Alternativvorschlag (nur bei stark negativer Klimawirkung auszufüllen):**

Verteiler: DI, DII DIII, DIV, FB 10, FB13, FB23, FB30, FB32, FB41, FB57, FB60, FB61, FB 67, FB 80, TELB



LUDWIGSBURG

## NOTIZEN