



Antrag

TOP:
Vorlagen-Nummer: **V/2011/09624**
Datum: 09.03.2011
Bezug-Nummer.
Kostenstelle/Unterabschnitt:
Verfasser: Herr Gerry Kley
Plandatum:

Beratungsfolge	Termin	Status
Stadtrat	30.03.2011	öffentlich Entscheidung
Ausschuss für städtische Bauangelegenheiten und Vergaben nach VOB, VOL, HOAI und VOF	14.04.2011	öffentlich Vorberatung
Ausschuss für Wissenschafts- und Wirtschaftsförderung sowie Beschäftigung	24.05.2011	öffentlich Vorberatung
Stadtrat	29.06.2011	öffentlich Entscheidung

Betreff: Antrag der FDP-Stadtratsfraktion zur Plakatierung in Halle (Saale)

Beschlussvorschlag:

Der Stadtrat möge beschließen:

Die Verwaltung wird gebeten,

1. eine klare Rechtsgrundlage des Handelns der Firma STROER bezüglich der Mastplakatierung darzustellen,
2. die städtischen Satzungen und Erlasse bezüglich der Straßensondernutzung sowie den Vertrag mit der Firma STROER in Einklang zu bringen,
3. als Maßnahme der Wirtschaftsförderung eine Höchstpreisfestlegung in den Vertrag mit der Firma STROER aufzunehmen,
4. dem Stadtrat darzustellen, wie ausreichend Plakatierungsmöglichkeiten zur Verfügung gestellt werden können,
5. die Verwendungsfähigkeit der Rahmensysteme der Firma STROER festzustellen und
6. den Stadtrat die Möglichkeiten einer Neuausschreibung der Plakatierungskonzession darzustellen.

gez. Gerry Kley
Fraktionsvorsitzender

Begründung:

Seit Januar vollzieht die Firma STROER den Plakatierungsvertrag mit der Stadt dergestalt, dass unzureichend Plakatrahmen zur Verfügung stehen, die Firma STROER festlegt, wer plakatieren darf, eine Preisstruktur durchsetzt, die für viele Unternehmen nicht darstellbar ist, Plakate außerhalb ihres Systems abhängen lässt, mit der Behauptung, dies als beliebiger Unternehmer für die Stadt zu tun und für Außenstehende nicht nachvollziehbar ist, welche Rechte die Stadt an das Unternehmen abgetreten hat. Die städtische Straßensondernutzungssatzung sowie verschiedenste Erlasse die Innenstadt betreffend gelten nach wie vor, obwohl die Stadt in dem Vertrag mit der Firma STROER anderweitige Festlegungen getroffen hat.

Die gegenwärtigen Preise der Firma STROER, die sie als Monopolist festlegt, scheinen dazu geeignet, Werbung in der Stadt Halle maßgeblich zu erschweren und damit bestimmte Geschäfts- und Veranstaltungsformen aus der Stadt zu vertreiben.

Um rechtzeitig reagieren zu können, solltet der Stadtrat eine klare Position von der Verwaltung erbeten und die Rechtslage rekapitulieren.

Sitzung des Stadtrates am 30.03.2011

Vorlage-Nr.: V/2011/09624

TOP: 7.12.

Antrag der FDP-Stadtratsfraktion zur Plakatierung in Halle (Saale)

Stellungnahme der Verwaltung:

Die Verwaltung empfiehlt, den Antrag als erledigt zu erklären.

Begründung:

Der zwischen der Stadt Halle und der Ströer Deutsche Städte Medien GmbH (DSM) abgeschlossene Werbenutzungsvertrag vom 02.03.2009 behandelt umfassend und abschließend die mit dem in Rede stehenden Antrag von der Verwaltung darzustellenden Antragspunkte. Den Beschluss, den Werbenutzungsvertrag in dieser Form mit der DSM abzuschließen, hat der Stadtrat zuvor in seiner nichtöffentlichen Sitzung vom 18.12.2008 unter TOP 3.1 selbst gefaßt.

Im Übrigen, nämlich insoweit, als der Antrag den Vertragsvollzug betrifft, besteht gegenwärtig kein weitergehender Handlungsbedarf.

Dies ergibt sich aus den auf die einzelnen Antragspunkte bezogenen nachfolgenden Erläuterungen:

Zu Pkt. 1 des Antrages: Darstellung der Rechtsgrundlage des Handelns der Firma Ströer bezüglich der Mastplakatierung

Nach § 1 Absatz I des Werbenutzungsvertrages hat die DSM das Recht zur alleinigen Nutzung aller Werbemöglichkeiten auf dem Grund und Boden, über den die Stadt verfügt, was insbesondere durch § 2.4 des Werbenutzungsvertrages auch die Bewerbung der Lichtmasten betrifft. Demgemäß ist die DSM geradezu verpflichtet, zur Regulierung der Pappenwerbung an den Lichtmasten das nunmehr eingeführte Mastrahmensystem zu installieren.

Aus dem damit dargelegten Sinn und Zweck der Vertragsregelung folgt, dass es gemeinsamer Wunsch der DSM und der Stadt ist, hiermit Plakate außerhalb des Systems zu verhindern. Zur Durchsetzung dessen hat sich die DSM gemäß § 3 Absatz II des Vertrages verpflichtet, illegal angebrachte Plakatierung zu entfernen.

Letzterem folgt die DSM vertragsgemäß, wenn sie Mastplakatierungen entfernt, die außerhalb des nunmehr installierten Mastrahmensystems installiert sind, da die Stadt ihrerseits seit Einführung des Mastrahmensystems für Sondernutzungsanträge außerhalb der Mastrahmen mittels Pappplakatierung keine Genehmigungen zur Sondernutzung der Mastrahmen mehr erteilt.

Zu Pkt. 2 des Antrages: Abstimmung der städtischen Satzungen und Erlasse zur Straßensondernutzung mit dem Vertrag der DSM

Die Satzung über die Sondernutzung an öffentlichen Straßen in der Stadt Halle hat der Stadtrat in seiner Sitzung vom 25.08.2010 jüngst neu beschlossen. Diese enthält unter § 6 Absatz IV neu eingefügt eine Regelung, die ausdrücklich und ausschließlich die

Sondernutzungserlaubnis für den Inhaber etwaiger Werbenutzungsverträge vorbehält und diesem die Ausübungsrechte aus der ihm überlassenen Sondernutzung überlässt.

Ein weiterer Bedarf, den Werbenutzungsvertrag und die Übrigen die Straßensondernutzung betreffenden städtischen Richtlinien und Erlasse in Einklang zu bringen, ist daher gegenwärtig nicht mehr erkennbar.

Zu Pkt. 3 des Antrages: Aufnahme einer Höchstpreisfestlegung zu Lasten der Firma DSM im Werbenutzungsvertrag

Die Verteilung des mittels Werbung durch die DSM eingenommenen Entgelte regelt sich durch § 4 Absatz I des Vertrages dergestalt, dass die DSM an die Stadt als ihrer Vertragspartnerin einen prozentualen Anteil an ihren Werbeeinnahmen abzuführen hat.

Eine preisliche Fixierung in absoluten Zahlen ist dagegen im Interesse flexibler Vertragsgestaltung und Preisanpassungen gerade ausgeblieben. Jede Reglementierung des preislichen Angebotsrahmens birgt die Gefahr des wettbewerbswidrigen Eingriffs in den Werbemarkt, da solchenfalls die Werbung auf öffentlichen Flächen gegenüber derjenigen auf privaten Grundstücken, die nicht Gegenstand des Werbenutzungsvertrages sein können, übergebührlich subventioniert werden würde.

Eine gleichwie geartete Höchstpreisregelung ist daher weder im Einzelnen definierbar, noch obliegt es der Stadt, hinsichtlich ökonomischer Marktgrundsätze über das bisherige vertraglich festgelegte Maß hinaus in das eigenwirtschaftliche Handeln der DSM eingreifen zu wollen.

Zu Pkt. 4 des Antrages: Darstellung ausreichender Plakatierungsmöglichkeiten

Entsprechend der Anfrage aus der Sitzung des Ausschusses für Ordnung und Umweltangelegenheiten am 12.08.2010 zum dortigen TOP 5.1 hat die Verwaltung bereits mit Stellungnahme vom 13.09.2010 darüber informiert, dass zum Ende 2010 rund 500 Lichtmasten mit Mastrahmen bestückt und im Jahre 2011 weitere 500 Mastrahmen installiert und mit Werbung bestückbar sein werden.

Dass zum gegenwärtigen Zeitpunkt eine Komplettbelegung aller schon jetzt verfügbaren Mastrahmen feststellbar wäre, was einen Mangel ausreichender Plakatierungsmöglichkeiten indizierte, ist der DSM nicht bekannt und entspricht auch nicht der allgemeinen subjektiven Wahrnehmung. Vielmehr geht die plangemäß zunehmende Bestückung dem wachsenden Bedarf voran, so dass regelmäßig ausreichend Werbeflächen an Lichtmasten zur Verfügung stehen.

Das Werbeangebot hat sich in der Vermarktung bisher als ausreichend erwiesen, zumal dem Werbetreibenden über das Mastrahmensystem hinaus noch eine Vielzahl weiterer unterschiedliche Werbeträger zur Verfügung stehen.

Zu Pkt. 5 des Antrages: Verwendungsfähigkeit der Rahmensysteme

Das Rahmensystem ist bereits seit November 2010 Bestandteil des Werbeträgerangebotes der DSM und entspricht in seiner Formatierung den gemeinhin üblichen Werbeplakaten.

Überdies wird das Bewerbungsangebot des Mastrahmensystems bereits umfassend, zuletzt unter anderem im Zuge der Wahlwerbung zur Landtagswahl in Sachsen Anhalt durch verschiedene politische Parteien, genutzt.

Probleme oder Schwierigkeiten bei der Bestückung haben sich der DSM bislang nicht im größeren Umfang eröffnet. Das Mastrahmensystem schätzt die DSM daher entsprechend seinem Werbeziel als uneingeschränkt nutzbar ein.

Zu Pkt. 6 des Antrages: Möglichkeiten zur Neuausschreibung der Plakatierungskonzession

Die Möglichkeiten einer Neuausschreibung sind mit Blick auf die Rechtsgültigkeit des Werbevertrages, dessen Vertragsdauer bis 2017 und die vertragsgemäß eingeräumten Kündigungsmöglichkeiten zu würdigen.

Nach § 7 Absatz I des Werbevertrages endet dieser zunächst mit dem 31.07.2017. Nach § 7 Absatz II des Werbevertrages bleibt das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund hiervon unberührt, wobei ein solcher für die Stadt insbesondere dann gegeben wäre, wenn die DSM wesentlichen Verpflichtungen aus dem Werbevertrag trotz wiederholter schriftlicher Mahnung nicht in angemessener Frist nachkommen würde.

Die Umsetzung des Werbevertrages zwischen der DSM und der Stadt Halle lässt gegenwärtig keinen Anlass zur Beschwerde von Seiten der Stadt erkennen. Eine Verletzung wesentlicher Vertragspflichten durch die DSM ist seit Bestehen der vertraglichen Beziehungen zwischen der DSM und der Stadt Halle im Jahre 1990 nicht feststellbar.

Es besteht demgemäß keinerlei Veranlassung die vertraglichen Beziehungen mit der DSM aufzukündigen. Es ermangelt des hierfür erforderlichen Kündigungsgrundes.

Es lässt sich daher zusammenfassen, dass das Vertragswerk und die hiermit korrespondierenden Regularien des Stadtrechts die Rechtslage so umfassend regeln, dass es gegenwärtig keinerlei Anpassung der Werbevertragskonzessionen bedarf.

Sowohl in rechtlicher, als auch in tatsächlicher Hinsicht folgt die Werbeplakatierung der Stadt Halle soweit geordneten Regularien. Eine Anpassung ist daher nicht geboten, zumal es hierfür angesichts der vertraglichen Verpflichtungen der Stadt gegenüber dem Werbepartner an der erforderlichen Rechtsgrundlage fehlt.

Dr. Thomas Pohlack
Bürgermeister