

STADT AHRENSBURG - Beschlussvorlage -		Vorlagen-Nummer 2007/018
öffentlich		
Datum 31.01.2007	Aktenzeichen IV.1.1	Federführend: Herr Kewersun

Betreff

Ausgestaltung des Vertrages über die Werbung an Plakatanschlagstellen

Beratungsfolge Gremium Bau- und Planungsausschuss	Datum 21.02.2007	Berichterstatter
---	----------------------------	-------------------------

Finanzielle Auswirkungen	:	X	JA		NEIN
Mittel stehen zur Verfügung	:		JA		NEIN
Haushaltsstelle	:	7600.1430 (Einnahmen)			
Gesamtausgaben	:				
Folgekosten	:				
Bemerkung: Diese Sitzungsvorlage baut auf der Beschlussvorlage Nr. 2006/060 auf, über die der BPA bereits am 03.05.2006 beraten hatte, die jedoch – nicht zuletzt auf Wunsch des Ausschusses nach Anpassung – modifiziert werden musste.					

Beschlussvorschlag:

Der Bau- und Planungsausschuss stimmt der nachstehend aufgezeigten Entwicklung zu.

Sachverhalt:

Ausgangslage

Die Stadt Ahrensburg hat mit Ausnahme der per Sondernutzungserlaubnis zugelassenen Stellschilder die kommerzielle Werbung im öffentlichen Straßenraum vergeben und besitzt folgende 2 Verträge:

- Vertrag mit der JCDecaux Deutschland GmbH über die Werbung an Fahrgastunterständen, Stadtinformationsanlagen und hinterleuchteten Großwerbetafeln vom 09.03.1993 in der Fassung des 1. Nachtrags vom 05.01.1998
- Vertrag mit der Hamburger Außenwerbung GmbH über die Werbung an Plakatanschlagstellen (Litfasssäulen, Uhrensäulen, unbeleuchteten Plakattafeln, Werbung in und an Fernsprechkästen) vom 18.02./16.03.1993

Während sich das Ausschließlichkeitsrecht der Firma JCDecaux auf die genannten 3 Werbeträgertypen beschränkt, sind die der Hamburger Außenwerbung (HAW) obliegenden sogenannten „Plakatanschlagstellen“ weiter auszulegen und umfassend z.B. auch die von Subunternehmen erstellten älteren, mit Werbung umrandeten Orientierungsanlagen oder die Gewerbehinweistafeln im Beimoorweg. Im Kern sind hierunter jedoch zu verstehen, die zum Vertragsbeginn existierenden

- 6 Ganzsäulen, die an stark befahrenen Straßen aufgestellt sind und für Großflächenwerbung genutzt werden,
- 24 Allgemeinen Anschlagsäulen, die bei gleicher Größe dezentraler aufgestellt sind und die neben kleinflächiger Werbung auch jeweils einen Anschlagraum für die Stadt bzw. ihre Einrichtungen umfasst.

Im Laufe der letzten Jahre mussten 4 Anschlagstellen wegen zwingenden Gründen (insbesondere Grundstückszufahrten) aufgegeben werden, ohne dass die Stadt Ersatzplätze freigegeben hat.

Vor der Errichtung weiterer Anschlagstellen hat die HAW die Zustimmung der Stadt einzuholen. Dieses gilt insbesondere für die Größe und die Standorte von unbeleuchteten Plakatafeln.

Anlass für die Initiative der HAW

Abgesehen von den Anschlagmöglichkeiten für die Stadt und der ergänzenden Wegweisung besteht der eigentliche Nutzen des Vertrages mit der HAW in der Zahlung eines Entgelts, dass 25 % des steuerpflichtigen Umsatzes, mindestens jedoch 11.248,42 € (ursprünglich 22.000 DM), beträgt.

Insbesondere bedingt durch die allgemeine wirtschaftliche Situation in den letzten Jahren, die sich auf die Werbebranche verstärkt negativ ausgewirkt hat, aber auch durch die Verschiebung innerhalb der Werbemedien verzeichnete die HAW Mindererlöse. Zwar führte die Entgeltabrechnung nie dazu, dass über die vertraglich fixierte Mindestsumme von 22.000 DM hinaus Beträge an die Stadt überwiesen werden mussten, in den letzten 3 Jahren jedoch betrug der abzuführende steuerpflichtige Umsatz nur noch etwa die Hälfte des Mindestentgeltes, was bedeutet, dass die Stadt derzeit rd. 50 % des Umsatzes erhält.

Insbesondere nachdem die Deutsche-Städte-Medien GmbH Anfang 2004 durch die Ströer-Gruppe erworben wurde, werden die Verträge verstärkt auf deren Wirtschaftlichkeit hin überprüft. Dabei machten die Vertreter der HAW deutlich, dass entweder zum nächstmöglichen Zeitpunkt das Mindestentgelt abgesenkt oder im Rahmen des bestehenden Vertrages zusätzliche Werbeträger aufgestellt werden müssten.

Daraufhin wurde in mehreren Gesprächen näher untersucht, ob und unter welchen Rahmenbedingungen sich der ansonsten zum 31.01.2008 endende Vertrag automatisch um mindestens weitere 5 Jahre verlängern könnte.

Welche neuen Plakatanschlagstellen sind angedacht?

1. Im Bereich des Bahnhofes Ahrensburg kann in der Bahnhofstraße nördlich der Einmündung Stormarnstraße und hier in Verlängerung der Kastanien-Reihe eine Ganzsäule aufgestellt werden.
2. Auf der nordwestlichen, in Richtung Dänenweg gelegenen Seite des Kreisverkehrsplatzes Brauner Hirsch kann eine Ganzsäule aufgestellt werden. Mit der städtischen Verkehrsaufsicht wurde bereits ein konkreter Standort zwischen Haltestellenmast und Sitzbank abgestimmt.
3. Die HAW regt angesichts der im Jahr 2005 eröffneten Straßenverbindung Kornkamp-Süd an, nördlich der Einmündung in den Ostring (vor das eingezäunte Regenklärbecken) einen attraktiven Gewerbewegweiser anzubringen, der je nach Bedarf mit 4 bzw. 8 einzelnen Werbetafeln ausgestattet wird (vgl. beigefügte Fotodemonstration). Zusätzlich soll auf der gegenüberliegenden Seite der Kornkamp-Einmündung eine Ganzsäule aufgestellt werden. Wunschgemäß werden die vorhandenen Gewerbewegweiser am Beimoorweg überarbeitet.
4. In der Ladestraße wird um den im Bau befindlichen behindertengerechten Zugang zu den Bahnsteigen und zum Bahnhofsgebäude eine Ganzsäule aufgestellt.

Auf die bereits der Vorlagen Nr. 2006/060 beigefügten Fotodemonstrationen sei verwiesen; der unter Nr. 3 genannte neue Gewerbewegweiser ist in der Anlage verdeutlicht.

Anders als noch beim Verhandlungsstand im April/Mai 2006

- hat die HAW wegen zu geringen Platzes im öffentlichen Straßenraum davon Abstand genommen, auf der Südost-Seite der Hamburger Straße nördlich der Einmündung Bahnhofstraße eine Uhr zu installieren,
- verzichtet die HAW auf die zunächst gewünschten Plakattafeln mit einer Werbefläche von 2,50 m Höhe und 3,50 m Breite, wie sie für die P+R-Anlage am U-Bahnhof Ahrensburg-West oder an der Bahntrasse im Gespräch waren,
- konnte die HAW ihr Subunternehmen veranlassen, die ältere Stadtinformationsanlage vor dem Bahnhof Ahrensburg ersatzlos abzubauen und damit der Stadt zu ermöglichen, nach dem Umbau des Bahnhofsgebäudes ein hinterleuchtetes Exemplar durch die Firma JCDecaux aufstellen zu lassen.

Welche Vergütung erhält die Stadt künftig?

Die schwierige Marktlage im Bereich des allgemeinen Papieranschlages spiegelte sich in den geringen Umsätzen der letzten Jahre wider. Das Tal, in dem die HAW mit ihren in Ahrensburg vermarkteten Anschlagflächen unter 20.000 € Umsatz erzielen konnte und damit nur knapp 5.000 € p. a. an die Stadt hätte abführen müssen, scheint durchschritten.

Trotzdem ist das Bestreben der HAW verständlich, das Mindestentgelt im Vertrag zu streichen. Im Gegenzug ist sie bereit, den an die Stadt Ahrensburg abzuführenden Erlösanteil von 25 auf 30 % zu erhöhen. Dieser steuerpflichtige Umsatz kann durch die Stadt anhand aller Bücher, Aufzeichnungen, Schriftstücke und Belege der HAW geprüft werden. Ergänzend hat die HAW versichert, die Erlöse entsprechend des Plakataushanges dem Ahrensburger Vertragsgebiet zuzuordnen.

Auch wenn damit zu rechnen ist, dass sich die Erlöse ab 2008 – trotz der neuen Werbeträger – vorerst zwischen 25.000 und 30.000 € p. a. bewegen sowie die städtischen Einnahmen etwa von 11.000 auf 8.000 € p. a. reduzieren dürften, empfiehlt die Verwaltung, auf Basis dieses Gesprächsergebnisses mit der HAW zu einem Abschluss zu kommen mit der Folge, dass der Vertrag zumindest noch bis ins Jahr 2013 läuft.

Pepper
Bürgermeisterin

Anlagen:

Fotodemonstration Ostring Ecke Kornkamp-Süd