

## Stellungnahme der Stadtverwaltung Erfurt zur Drucksache 0663/17

Titel

Dringliche Informationsaufforderung - Neuer Vertrag für Außenwerberechte

Öffentlichkeitsstatus

öffentlich

Stellungnahme

*Entsprechend des neuen Werbekonzeptes wurden 2015 die städtischen Außenwerberechte neu ausgeschrieben und im September 2016 vergeben. Im bisherigen Vertrag gab es ein kostenfreies Media-Budget i.H.v. 600.000 €, welches anteilig für das Stadtmarketing, die Stadt Erfurt und die thüringenweite Bewerbung von Veranstaltungen und Ausstellungen zur Verfügung stand. Dies ermöglichte auch eine langfristige Planung.*

*In diesem Zusammenhang habe ich folgende Fragen:*

- 1. Welche Möglichkeiten der kostenfreien Werbung räumt der neue Vertrag der Stadt Erfurt ein?*
- 2. Wie hoch ist das kostenfreie Mediabudget, insbesondere auch für die thüringenweite Werbung und kann dies mit einer langfristigen Planung in Anspruch genommen werden?*
- 3. Wie bewerten Sie den neuen Vertrag insgesamt? Sehen Sie eine Verbesserung oder Verschlechterung der Werbemöglichkeiten für die städtischen Veranstaltungen und Ausstellungen?*

Im Folgenden soll hierzu Stellung genommen werden:

**Zu 1.** Aktuell ist dem Umbauprozess im Rahmen der Vertragsumsetzung seit 01.01.2017 eine generelle Einschränkung der Werbemöglichkeiten geschuldet. Diese wird sich vereinbarungsgemäß noch bis 31.05.2017 fortsetzen. Anschließend stehen voraussichtlich umfangreiche Werbemöglichkeiten für Stadt- und Kulturwerbung im Stadtgebiet Erfurt zur Verfügung, wobei sich das neue Verfahren erst einspielen muss. Da die Leerzeiten auf allen Medien durchschnittlich 40% betragen, die vertraglich zugesichert von städtischer Seite aus nutzbar sind, wird das Kultur- sowie Stadtmarketing jederzeit eine Platzierung erhalten. Der gesamte Leerstand entspricht permanent ungefähr:

- 40 Plakatanschlagsäulen im gesamten Stadtgebiet
- 40 Großflächen und 4 City-Star-Anlagen
- 180 City-Light-Poster-Flächen in Wartehallen und freistehend
- 12 Mega-Light-Anlagen bzw. anteilig freie Sequenzen in den Werbeschleifen
- 160 Mastschilder (A1-Plakate beidseitig)
- 16 temporäre Sonderwerbeflächen

Darüber hinaus sind 20 große hinterleuchtete Werbeflächen in Form der Stadtkulturinformationen in der Altstadt permanent mit kultureller Veranstaltungswerbung und Eigenwerbung für die Stadt zu füllen. Hier kann somit jederzeit sehr zentral und auffällig für anstehende Veranstaltung geworben werden. Des Weiteren steht eine Bewerbung innerhalb der Werbeschleife der geplanten 15 digitalen Mega-Light-Anlagen jeweils anteilig zur Verfügung,

wodurch eine besonders hohe Werbewirkung erzielt werden kann.

**Zu 2.** Wenn man den Wert der künftig zur Verfügung stehenden innerstädtischen Werbemöglichkeiten für die Stadt umrechnet, entsteht ein Werbekontingent von über 2 Mio. EUR, welches den bisherigen Ansatz weit übersteigt. Allein vergaberechtlich wäre eine Ausschreibung eines überregionalen Werbebudgets problematisch gewesen, da nur ein Anbieter am Markt diese Leistung aufgrund seiner flächendeckenden Ansiedlung erbringen kann. Dementsprechend hätte eine solche Forderung innerhalb der Ausschreibung eine Diskriminierung der anderen Bieter und somit einen Rügegrund nach sich gezogen, wodurch das gesamte Verfahren stark gefährdet gewesen wäre.

Bislang konnten auch keine konkreten Standorte gebucht werden, sodass eine eher zufällige Belegung der Werbeflächen stattfand, in der vom ehemaligen Werbepartner ebenso Leerflächen genutzt wurden. Es wird davon ausgegangen, dass eine Planbarkeit durch die zu sammelnden Erfahrungswerte entsteht, sobald sich das Verfahren eingespielt hat.

**Zu 3.** Natürlich muss sich die Koordinierung der Buchung und Verteilung der Kultur- und Stadtwerbung erst in der Praxis einspielen und bewähren. Dennoch werden innerstädtisch umfangreiche Werbemöglichkeiten für kulturelle Veranstaltungswerbung sowie Stadtmarketing zur Verfügung stehen. Somit wird eine Verbesserung der Werbenutzung im Stadtgebiet erwartet.

Überregionale Werbemöglichkeiten konnten, wie bereits unter 2. dargelegt nicht ausgeschrieben werden. Allerdings kann ein Teil der durch die neue Vertragsgestaltung zu erwartenden Mehreinnahmen zur eigenständigen Buchung zusätzlicher Werbung durch die kulturellen Einrichtungen genutzt werden, wodurch nicht mehr zufällig sondern gezielt beworben werden kann. Hierbei ist ein genereller Rabatt von 40% vertraglich vereinbart. Somit ergeben sich insgesamt auch hier bessere Werbemöglichkeiten für die städtischen Veranstaltungen und Ausstellungen.

Anlagen

A. Hilge

Unterschrift Beigeordneter

28.03.2017

Datum