

Auszug aus dem Protokoll des Stadtrats von Zürich

vom 11. Januar 2017

13.

Amt für Städtebau, Neuausschreibung Vertrag über den Plakatanschlag auf öffentlichem Grund (Plakatvertrag)

IDG-Status: öffentlich

1. Ausgangslage

2012 wurde der Plakatvertrag vom Hochbaudepartement nach Massgabe der Empfehlungen der Schweizerischen Wettbewerbskommission (WEKO) letztmals ausgeschrieben. Der Zuschlag für vier Lose sowie 18 Einzelstellen ging an die Allgemeine Plakatgesellschaft (APG); zwei Lose sowie zwölf Einzelstellen an die Clear Channel Schweiz AG (CCS), fünf Einzelstellen an die Glattal Media GmbH und sechs Einzelstellen an die Publicitas AG. Der Auftrag für die Bewirtschaftung der Kulturplakatstellen wurde der Clear Channel Schweiz AG (CCS) vergeben. Die Einnahmen aus diesen Verträgen betragen 2015 insgesamt rund Fr. 2 760 067.– (exklusive Naturalleistungen von Fr. 419 967.–). Mit Ausnahme des Bauwandloses, bei welchem umsatzabhängige Abgaben vereinbart wurden, sind die Abgaben aus den Plakatverträgen fix. Die Erfahrungen mit den laufenden Verträgen zeigen, dass die erwarteten Einnahmen erzielt werden konnten und die im Plakatierungskonzept formulierten qualitativen Vorgaben weitgehend eingelöst wurden. Die für die Dauer von fünf Jahren abgeschlossenen Verträge laufen bis zum 30. Juni 2018. Für die Zeit nach dem 1. Juli 2018 müssen neue Verträge abgeschlossen werden.

2. Plakatregal

Das Plakatregal an Plakatträgern im öffentlichen Grund steht gemäss Art. 10 der Vorschriften über das Anbringen von Reklameanlagen im öffentlichen Grund (VARöG) für das ganze Stadtgebiet ausschliesslich der Stadt Zürich zu. Das Recht des Plakatanschlags wird vom Stadtrat per Ausschreibung durch Vertrag verpachtet (Art. 11 VARöG).

3. Gegenstand der Neuausschreibung

Gegenstand der vorliegenden Ausschreibung sind 478 Plakatflächen in den Formaten F4, F200, F12 und F24 (inklusive 52 Plakatwerbbestellen der Immobilien Stadt Zürich) sowie vier Leuchtdrehsäulen für nationale und internationale kommerzielle Werbung, 950 Plakatflächen im Format F4 (Weltformat) für lokale und regionale kommerzielle Werbung, politische und behördliche Plakatierung sowie 420 Plakatflächen im Format F4 für Kulturwerbung.

Lose 1–5

364 der kommerziellen Plakatflächen für nationale und internationale Werbung in den Formaten F12, F200 und F24 werden neu in fünf unterschiedlich grossen Losen ausgeschrieben.

Lose 6 und 7 (mit Naturalleistungen)

Los 6 und 7 enthalten neben rein kommerziellen Plakatwerbbestellen in den Formaten F12 und F200 auch 950 Plakatflächen des Formats F4 (Los 6: 481 und Los 7: 469), die für die politische und behördliche Gratisplakatierung sowie für lokale und regionale kommerzielle Werbung zur Verfügung stehen. In der Zeit, in der keine politischen oder behördlichen Gratisplakate ausgehängt werden, sind zwei Drittel der Plakatwerbbestellen für folgende Zwecke reserviert: politische, sportliche, touristische, kulturelle und gemeinnützige Veranstaltungen, die für die Stadt Zürich oder einzelne Quartiere wichtig sind, sowie kommerzielle Werbung mit lokalem und

regionalem Charakter. Dafür darf ein Höchsttarif pro Plakat von Fr. 70.– pro Aushangdauer von 14 Tagen verrechnet werden. Ein Drittel dieser Plakatwerbbestellen ist vom Höchsttarif befreit und darf frei vermarktet werden.

Los 8 (Leuchtdrehsäulen)

Leuchtdrehsäulen haben sich in den letzten Jahren im privaten wie auch im öffentlichen Grund etabliert. Die selbstleuchtende Drehsäule beinhaltet sechs F200- oder drei F400-Leuchtplakate und dreht sich einmal pro Minute um die eigene Achse. Die Leuchtdrehsäule benötigt nur halb so viel Energie wie ein herkömmliches Leuchtplakat. Die Verträge für zwei bestehende Leuchtdrehsäulen, die 2013 im Rahmen eines Pilotbetriebs realisiert wurden, laufen am 30. Juni 2018 ab. Die Verträge für diese beiden Anlagen sowie für zwei neue Leuchtdrehsäulen (insgesamt vier Leuchtdrehsäulen) werden als separates Los ausgeschrieben.

Lose 9a und 9b (Bauwände)

Diese Lose enthalten die Plakatwerbbestellen an Bauwänden sowie Ganzbemalungen für die vor Ort in das Bauvorhaben direkt involvierten Firmen. Die Bauwandlose sollen je dem Meistbietenden vergeben werden. Da die Anzahl der tatsächlich zur Verfügung stehenden Plakatflächen von den jeweiligen Bauvorhaben mit Bauwänden auf öffentlichem Grund abhängt, ist eine Abgabe in Prozenten von den Einnahmen (Mindestabgabesatz 65 Prozent im Citybereich und 45 Prozent in den übrigen Gebieten der Stadt) zu leisten.

Los 10 (IMMO)

Immobilien Stadt Zürich halten derzeit verschiedene Einzelverträge für Plakatwerbbestellen auf Grundstücken des Verwaltungsvermögens, die bis Ende 2018 laufen. Die Plakatwerbbestellen werden neu in einem Los gesamthaft ausgeschrieben. Los 10 enthält 16 Plakatwerbbestellen im Format F12, 15 im Format F200 und 21 im Format F4 sowie das Plakatierungsrecht an Bauwänden während Bauvorhaben an Verwaltungsgebäuden. Der Vertrag für das Los 10 wird für die Dauer vom 1. Januar 2019 bis zum 30. Juni 2023 ausgeschrieben.

Los 11 (Kulturplakatwerbbestellen)

Die 420 Kulturplakatwerbbestellen im Format F4 verfügen über ein eigenes Netz und stehen ausschliesslich für die Kulturwerbung des Präsidialdepartements zur Verfügung.

4. Verfahren

Die Übertragung der Nutzung kantonaler und kommunaler Monopole auf Private hat auf dem Weg der Ausschreibung zu erfolgen (Art. 2 Abs. 7 Binnenmarktgesetz, BGBM). Die Vergabe von Plakataushangstellen erfolgt im Kanton Zürich durch eine Sondernutzungskonzession (§ 231 Abs. 1 Planungs- und Baugesetz). Leistungen, die für sich allein dem öffentlichen Beschaffungswesen unterliegen, dürfen nicht ohne Durchführung eines Vergabeverfahrens als Nebenleistungen mit einer Konzession verknüpft werden, wenn sie sich von der Konzession lösen lassen (BGE 135 II 49 f. betreffend Plakatvertrag der Stadt Genf). Da vorliegend nicht nur kommerzielle Plakatwerbbestellen verpachtet, sondern auch Naturalleistungen (politische, behördliche «Gratisplakatierung») eingekauft und ein Auftrag für die Kulturplakatierung vergeben werden sollen, erfolgt die Ausschreibung nach den Vorgaben des Submissionsrechts.

5. Eignungs- und Zuschlagskriterien

Zugelassen sind alle Firmen, die der Stadt Zürich Gewähr bieten, die Plakatflächen fachgerecht zu bewirtschaften und die Abgaben zu bezahlen. Im Einzelnen muss die Firma Erfahrung auf dem Gebiet der Plakatierung nachweisen und sich dazu bereit erklären, die Vorgaben der

Ausschreibungsunterlagen einzuhalten sowie den Vertragsbedingungen zuzustimmen. Mit den Angeboten sind Referenzen von Vertragspartnern (z. B. Vertragsbeziehungen mit anderen Städten) sowie Angaben zum Unternehmen (Anzahl Mitarbeitende, Betriebsinfrastruktur / Logistik, Betreibungsregisterauszug) vorzuweisen. Die Gewähr ist dann erfüllt, wenn die Firma bereits Erfahrungen in der Plakatierung mitbringt und Plakatwerbbestellen in vergleichbarer Grössenordnung erfolgreich bewirtschaftet.

Sind die Eignungskriterien erfüllt, erhält bei den kommerziellen Plakatwerbbestellen das Angebot mit den höchsten Abgaben und bei den Naturalleistungen sowie beim Auftrag für die Kulturplakatierung das wirtschaftlich günstigste Angebot den Zuschlag.

Diese Modalitäten der Ausschreibung entsprechen den Empfehlungen des Preisüberwachers an die Gemeinden für die Vergabe von Konzessionen des Plakatanschlagsrechts vom Januar 2012 und dienen einer Verbesserung der Wettbewerbssituation.

6. Ziele der Neuausschreibung

Da es sich vorliegend um bestehende Plakatwerbbestellen handelt, geht es primär um die Optimierung der Einnahmen aus der Verpachtung. Dabei soll der öffentliche Grund effizient und nachhaltig bewirtschaftet werden. Das bedeutet einerseits, dass marktgerechte Einnahmen erzielt werden sollen. Andererseits geht es darum, die Bewirtschaftung des öffentlichen Grunds möglichst verträglich zu gestalten, indem das attraktive Stadtbild bewahrt wird und die hohe Aufenthaltsqualität der öffentlichen Räume erhalten bleiben.

Der Vertrag über den Plakatanschlag auf öffentlichem Grund ist deshalb für die Dauer von fünf Jahren (1. Juli 2018–30. Juni 2023) durch das Hochbaudepartement neu auszuschreiben. Die Ergebnisse des Vergabeverfahrens und der Vorschlag für den Zuschlag werden dem Stadtrat mit separater Weisung zum Entscheid vorgelegt.

Auf Antrag des Vorstehers des Hochbaudepartements beschliesst der Stadtrat:

1. Der Vertrag über den Plakatanschlag auf öffentlichem Grund wird für die Dauer von fünf Jahren (1. Juli 2018 bis 30. Juni 2023) durch das Hochbaudepartement neu ausgeschrieben.
2. Mitteilung an die Stadtpräsidentin, den Vorsteher des Hochbaudepartements, die übrigen Mitglieder des Stadtrats, die Stadtschreiberin, den Rechtskonsulenten, die Kultur, das Amt für Städtebau und Immobilien Stadt Zürich.

Für getreuen Auszug
die Stadtschreiberin

Dr. Claudia Cuche-Curti