



Einladung

zur Sitzung des Ortsbeirates Mainz-Gonsenheim am
Dienstag, 20.02.2024, 18:00 Uhr,
Rathaussaal Mainz-Gonsenheim, Pfarrstr. 1, 55124 Mainz

Tagesordnung

a) öffentlich

Anträge

1. Installation von WLAN im Rathaussaal der Rathauses Gonsenheim (CDU)
2. Aufstellung eines großen Müllbehältnisses am Rande des Naturschutzgebietes Großer Sand (CDU, FDP, Grüne, ÖDP, SPD)
3. Rücknahme der Schließung der Gleisquerung Alfred-Delp-Straße / Elbestraße (CDU)
4. Verbesserung der Verkehrssituation Kreuzung Raiffeisenstr./An d. Ochsenwiese (Grüne)
5. Errichtung einer Parkour-Anlage im Gebiet Gonsenheim zur Erweiterung des kostenlosen Sportangebots für Jugendliche (Grüne)
6. Vergabemodalitäten der Stadtteil-Kulturmittel (Grüne, SPD)
7. Einwohnerfragestunde

Anfragen

8. Baustellen in und um Gonsenheim 2024 (SPD)
9. Jugendstruktur in Gonsenheim (Grüne)
10. Anfragen aus vorherigen Sitzungen
11. Sachstandsberichte
12. Beschlussvorlagen
13. Mitteilungen und Verschiedenes

b) nicht öffentlich

14. Bau- und Grundstücksangelegenheiten
15. Mitteilungen und Verschiedenes

Mainz, 20.02.2024

gez. Sabine Flegel
Ortsvorsteherin

Hinweis: Fragen der Einwohner:innen zur jeweiligen Sitzung können gerne im Vorfeld schon schriftlich bei der Ortsvorsteherin eingereicht werden.



Frau Ortsvorsteherin
Sabine Flegel
Rathaus Mainz-Gonsenheim
55124 Mainz

Antrag zur Sitzung des Ortsbeirates am 20. Februar 2024

Installation von WLAN im Rathaussaal der Rathauses Gonsenheim

Alle Fraktionen hatten, vor rund einem Jahr, einen Dringlichkeitsantrag zur Installation von WLAN im Rathaus Gonsenheim gestellt.

Dieser Antrag wurde von der Verwaltung aus für uns nicht nachvollziehbaren Gründen abgelehnt.

Wir bitten daher erneut die Verwaltung zur Installation eines WLAN Hotspots im Rathaus Gonsenheim.

Begründung:

Eigentlich müsste es heutzutage bei dem Ruf nach Digitalisierung und Modernisierung der Verwaltung überflüssig sein dafür noch eine Begründung schreiben zu müssen.

Aber um auch die Verwaltung von der Dringlichkeit eines solchen Anschlusses zu überzeugen ein paar Gründe: Es müsste nicht zu jeder Ratssitzung ein mobiler Hotspot installiert werden. Der Ratssaal wird für viele Veranstaltungen genutzt, für die die Veranstalter auch Gebühren zahlen müssen. Normalerweise ist es eine Selbstverständlichkeit, dass in den gemieteten Räumlichkeiten ein WLAN-Anschluss vorhanden ist.

Von den Bürgerinnen und Bürgern wird verlangt sich bei vielen Angelegenheiten digital mit der Verwaltung in Verbindung zu setzen. Die Verwaltung bietet jedoch in ihren eigenen Räumlichkeiten keine solchen Zugangsmöglichkeiten an.

Mathias Huber

Frau Ortsvorsteherin
Sabine Flegel
Rathaus Mainz-Gonsenheim
55124 Mainz

Gemeinsamer Antrag zur Sitzung des Ortsbeirates am 20. Februar 2024

Aufstellung eines großen Müllbehältnisses am Rande des Naturschutzgebietes Großer Sand

Bis vor 2 Jahren stand am Rande des Naturschutzgebietes Großer Sand eine aus Holz gebaute Haltevorrichtung, in der sich ein großer blauer Müllsack befand.

In diesem Müllsack konnten die Besucher und Besucherinnen des Großen Sandes ihren Abfall und ggf. auch gefüllte Hundekotbeutel entsorgen.

Diese Möglichkeit der Müllentsorgung wurde abgebaut.

Wir bitten die Verwaltung, an dieser Stelle wieder ein geeignetes Müllentsorgungsbehältnis aufzustellen.

Für die Leerung dieses Behältnisses könnte die Unterführung zum militärischen Übungsgelände durch Fahrzeuge der Entsorgungsbetriebe genutzt werden.



CDU-Fraktion

FDP

Die Grünen

ÖDP

SPD-Fraktion



Frau Ortsvorsteherin
Sabine Flegel
Rathaus Mainz-Gonsenheim
55124 Mainz

Antrag zur Sitzung des Ortsbeirates am 20. Februar 2024

Rücknahme der Schließung der Gleisquerung Alfred-Delp-Straße / Elbestraße

In einem Gemeinschaftsantrag hatten 2021 die Ortsbeiratsfraktionen der SPD, CDU und FDP die umgehende Rücknahme der Schließung der Gleisquerung der Elbestraße in Höhe der Alfred-Delp-Straße bzw. Hugo-Eckener-Straße und die Wiederherstellung in den vorherigen Stand gefordert.

Dies wurde bedauerlich seitens der Verwaltung abgelehnt.

Wir bitten die Verwaltung erneut, die Gleisquerung wiederherzustellen.

Begründung:

Die geänderte Verkehrssituation bringt deutlich höhere Unfallrisiken mit sich als jemals zuvor bestanden haben. Somit haben sich die Befürchtungen, die von Mitgliedern des Ortsbeirates bereits bei der Präsentation am 20. April 2021 vorgetragen wurden bestätigt.

Bestätigt haben sich insbesondere auch die Warnungen vor einer Verzögerung der Notfalleinsätze durch die Rettungsdiensten.

Uns wurde von Bürgerinnen und Bürger, in letzter Zeit wiederholt vorgetragen, dass sich Rettungseinsätze zu dem nahegelegenen Jockel-Fuchs-Heim verzögerten, da die Gleisquerung nicht mehr vorhanden war.

Die geplante Sanierung dieses Streckenabschnittes durch die Verkehrsbetriebe gibt die Chance, den 2021 gemachten Fehler zu korrigieren.

Für die CDU-Fraktion
Mathias Huber

Ortsverwaltung Gonsenheim
Rathaus
55124 Mainz

Mainz, den 01.02.2024

Prüfantrag zur Sitzung des Ortsbeirats am 20.02.2024

**„Verbesserung der Verkehrssituation Kreuzung Raiffeisenstr./An d. Ochsenwiese.
Erweiterung des positiven Antrags (Vorlage 1704/ 2023) zur „Verbesserung der Sicherheit an den
Bushaltestelle Gonsenheimer Bahnhof“ bei der vorletzten Sitzung: Die Verwaltung wird gebeten
die gesamte Kreuzung auf die aktuelle Verkehrssituation (Verkehrsströme) anzupassen.“**

Begründung:

Durch die beiden Bushaltestellen ist der Anteil an Fußgänger:innen in der Kreuzung gestiegen und eine sichere Querung nur schlecht möglich. Die existierende Fußgängerquerung mit Ampel ist für diese Situation nicht mehr ausreichend. Es ist auch nicht möglich barrierefrei vom Bahnhof zur Bushaltestelle zu kommen. Aber auch für den Autoverkehr ist die Kreuzung unübersichtlich, mindestens 2 bis 3 im Jahr gibt es hier Unfälle im Kreuzungsbereich.

Um einen zeitnahen Termin zur örtlichen Verkehrsschau mit Vertretern der Verwaltung wird gebeten.



Für die Fraktion Bündnis 90/Die Grünen
Diane Cremille

Ortsverwaltung Gonsenheim
Rathaus
55124 Mainz

Mainz, den 06.02.2024

Prüfantrag zur Sitzung des Ortsbeirats am 20.02.2024

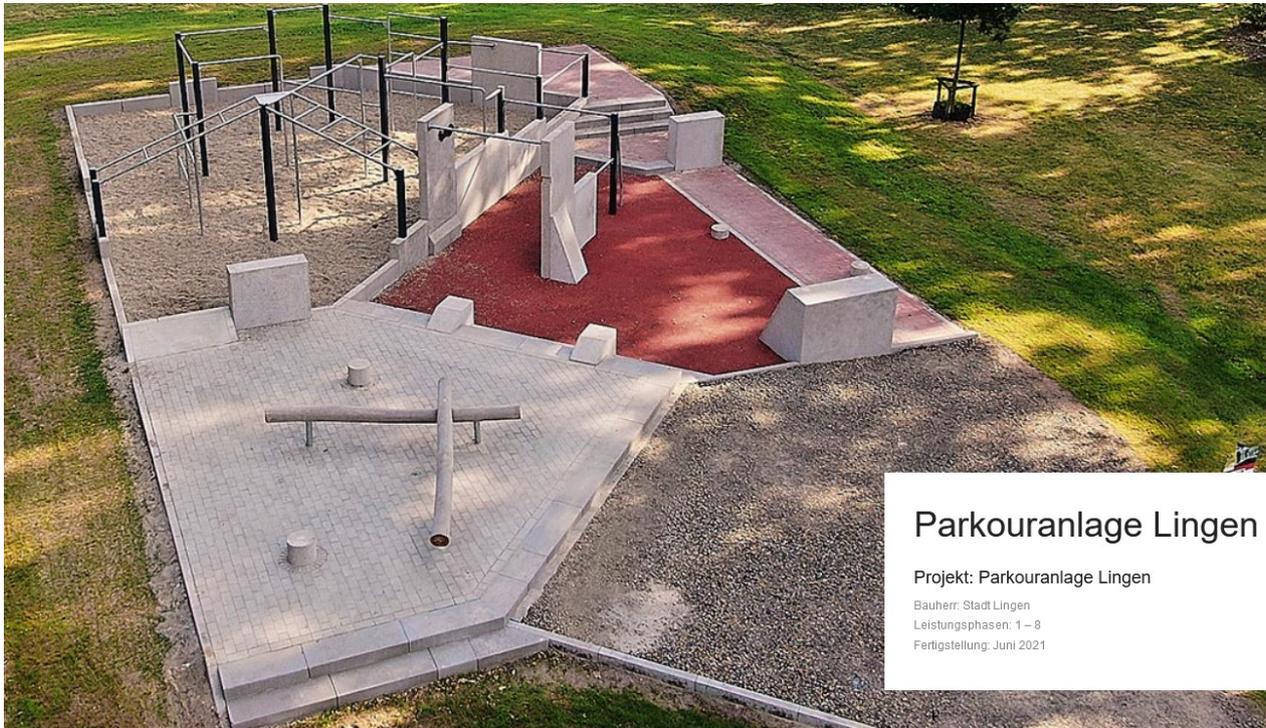
„Errichtung einer Parkour-Anlage im Gebiet Gonsenheim zur Erweiterung des kostenlosen Sportangebot für Jugendliche.“

Beispiele für mögliche Standorte:

- **Am Lennebergwald (natürlich außerhalb des Waldes)**
- **Pfarrer-Grimm Anlage neben dem Bolzplatz oder gegenüber am Spielplatz (großer Vorteil: eine öffentliche Toilette in der Nähe)**
- **Park an der Kirchwiese („Feuerwehrwiese“)**
- **Nähe Willi-Brandt-Platz**

Begründung:

In Gonsenheim gibt es nur wenige Orte für Jugendliche, um sich kostenlos und außerhalb eines Vereins, auszutoben und fit zu halten. Unsere Jugend, die sich in vielen Bereichen sozial in unserer Gesellschaft engagiert, verdient es Platz in Gonsenheim zu bekommen, um sich zu treffen und auszupowern. Es soll ein Angebot für einen eigenen Bereich sein, der sie animiert Sport zu machen, wo sie aber auch einfach Zeit verbringen können, ohne vertrieben zu werden.



(Bild: Beispiel einer Parcouranlage)

Für die Fraktion Bündnis 90/Die Grünen
Diane Cremille

Ortsverwaltung Gonsenheim
 Rathaus
 55124 Mainz

Mainz, den 07.02.2024

**Erweiterungsantrag zum Antrag vom 09.04.2013 für die Sitzung des Ortsbeirats am 20.02.2024
 „Vergabemodalitäten der Stadtteil-Kulturmittel“**

Erweiterungsantrag:

Neben der persönlichen Anfrage im Ortsbeirat, kann auch eine schriftliche Anfrage erfolgen. Diese unterliegt ebenso den Meldefristen wie im Antrag vom 09.04.2013 beschrieben. Folgender Inhalt muss der Antrag enthalten:

- eine kurze Vorstellung des Vereins oder der Institution (max. eine DIN A4-Seite)
- den erhofften Betrag
- die Verwendung der Finanzmittel

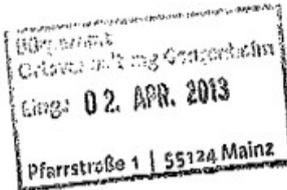
Begründung:

erfolgt mündlich

Für B90/Die Grünen	Für die SPD
Diane Cremille	Gudrun Schneider- Bauerfeind

Gonsenheimer Ortsbeirat

CDU Fraktion
SPD-Fraktion
Bündnis 90/Die Grünen
FDP
ÖDP



Mainz-Gonsenheim 27.03.2013

Ortsverwaltung Gonsenheim
Rathaus

55124 Mainz

Vorlage-Nr. 0527 / 2013

Gemeinsamer Antrag zur Sitzung des Ortsbeirates am 09. April 2013

Vergabemodalitäten der Kulturmittel

Die jährlich zu vergebenden Kulturmittel der Stadt Mainz für Vereine und Institutionen in den Stadtteilen sind für viele avisierte Kulturprojekte der Vereine und deren Arbeit immens wichtig. Sie tragen in vielen Fällen mit dazu bei, dass Projekte und deren Realisierungen resp. der Fortbestand der Einrichtungen ermöglicht wird.

Vor diesem Hintergrund ist eine nachvollziehbare Vergabe der Finanzmittel wichtig. Um dies in Zukunft für jeden Bürger und jede Bürgerin aber auch bei der Entscheidungsfindung der Ortsbeiratsmitglieder so objektiv und transparent wie möglich zu gestalten, schlagen die antragsstellenden Fraktionen vor, dass die Vereine resp. Institutionen, die sich entsprechende Finanzmittel erhoffen, ihre Projekte, vor der Entscheidung über die Vergabe der Mittel dem Ortsbeirat im Rahmen einer Ortsbeiratssitzung kurz vorstellen. Der Zeitpunkt der Vorstellung wird ortsüblich bekannt gegeben. Die Meldefristen richten sich nach den üblichen Antrags- bzw. Anfragefristen des Ortsbeirates.

Die im Ortsbeirat vertretenen Parteien entscheiden in nichtöffentlicher Sitzung auf der Grundlage der vorgestellten Projekte in eigener Verantwortung mit dem Bemühen einer Konsensfindung über die Vergabe der Mittel.

Nähere Ausführungen erfolgen mündlich.

Für die Fraktionen:

Für die SPD	Für die CDU	Für Bündnis90/ Die Grünen	Für die FDP	Für die ÖDP
Martin Kinzelbach	Mathias Huber	Sylvia Köbler-Gross	Wolfgang Oepen	Dr. Holger Schinke



07.02.2024

Ortsverwaltung Gonsenheim
 Ortsvorsteherin Frau Sabine Flegel
 Rathaus
 55124 Mainz

**Anfrage
 der SPD-Ortsbeiratsfraktion zur Sitzung des Ortsbeirates am 20.02.2024**

Baustellen in und um Gonsenheim 2024

Am 16.01.2024 präsentierte die Stadtverwaltung das "Baustellenmanagement 2024"¹. Daraus ergeben sich für Gonsenheim folgende Fragen:

1. Gleissanierung Elbestraße
 In drei Abschnitten wird die Sanierung unter Teil- oder Vollsperrung von Juli bis Oktober 2024 durchgeführt. Wie wird die Erreichbarkeit des Wohngebiets südlich der Elbestraße (auch im Hinblick auf das AWO-Seniorenzentrum Jockel Fuchs, die Peter-Jordan-Schule und die Grundschule Am Gleisberg) sowie des Einkaufszentrums Gleisbergweg sichergestellt?

2. Auswirkungen der Baustelle Suderstraße (Mombach)
 In der Mombacher Suderstraße werden im gesamten Jahr 2024 unter abschnittsweiser Vollsperrung Baumaßnahmen durchgeführt. Die Umleitung soll dann u.a. über die Erzberger Straße erfolgen. Gleichzeitig wird im 3. Quartal aufgrund der Gleissanierung in der Elbestraße (siehe Ziffer 1) eine Umleitung über Karlsbader Straße und Canisiusstraße eingerichtet. Die Karlsbader Straße (30er Zone), als Verbindung zwischen Elbestraße und Erzberger Straße, wird somit von zwei Seiten durch Umleitungen „eingekesselt“. Inwiefern rechnet die Verwaltung hierdurch mit Mehrbelastung der Karlsbader Straße und/oder anderer Straßen?

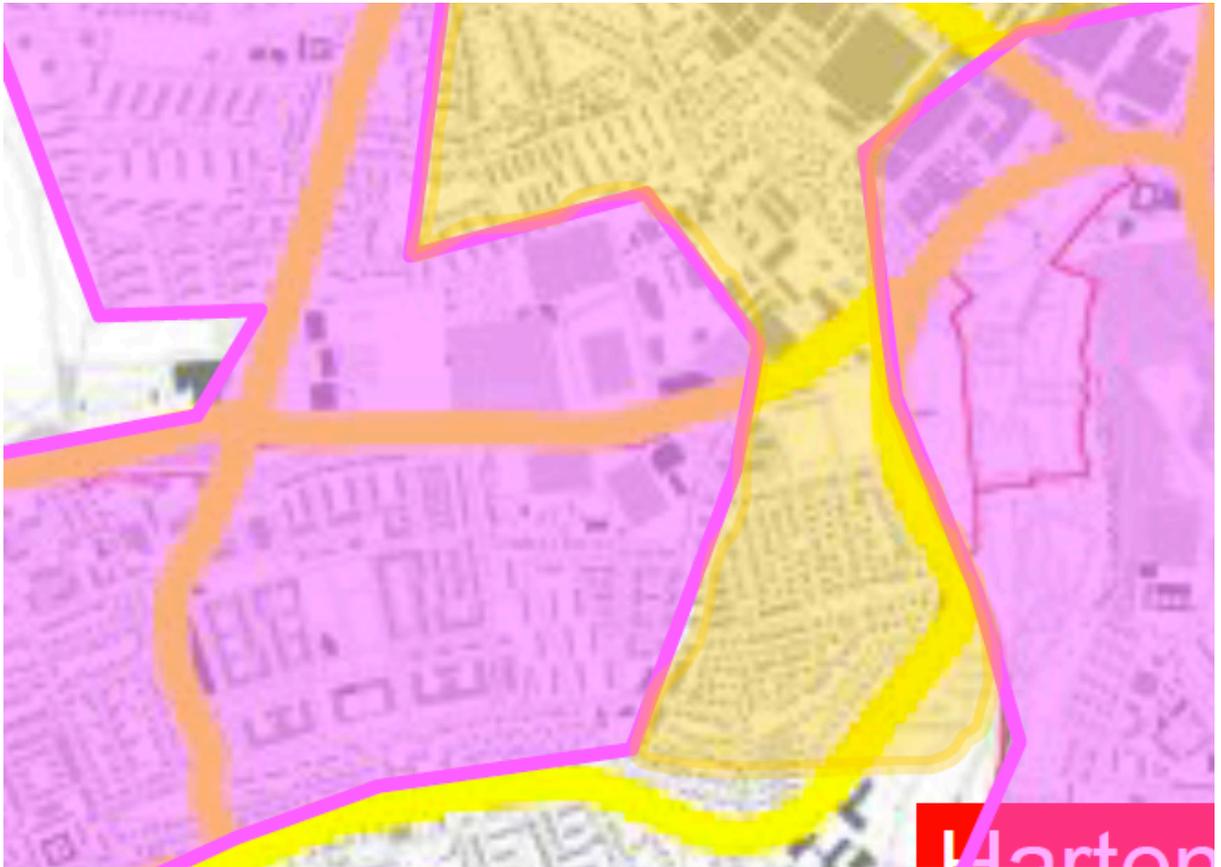
¹ <https://www.mainz.de/verwaltung-und-poli-tik/verwaltungsorganisation/pressemeldung.php?showpm=true&pmurl=https://www.mainz.de/newsdesk/publications/Mainz/181010100000449582.php>

3. Glasfaserausbau

Bei Erschließung des Baugebietes „Gonsbachterrassen“ mussten die Anwohnerinnen und Anwohner ihre Internet- und Fernsehverträge bei Versatel (später auch bei der Telekom AG) abschließen. Anwohnerinnen und Anwohner des Baugebietes „Westlich der Karlsbader Straße“ mussten dies bei Vodafone tun. Nun zeigt sich, dass der Glasfaserausbau in den genannten Gebieten „umgekehrt“ vorgenommen wird. Die Telekom AG übernimmt u.a. den Ausbau „Westlich der Karlsbader Straße“ und Vodafone OXG u.a. den Ausbau „Gonsbachterrassen“.

Die Verwaltung wird um Auskunft gebeten,

- a) nach welchen Kriterien die Festlegung der zuständigen Firmen für die Gebiete erfolgte und
- b) was die Folgen für die Anwohnerinnen und Anwohner sein werden, wenn ein individueller Glasfaser-Vertrag geschlossen wird. Insbesondere, ob der Anbieter frei ausgewählt werden kann (Open Access) oder ob ggf. ein Anbieterwechsel erforderlich ist.



Quelle: Präsentation der Stadt Mainz zum Pressegespräch am 16.01.2024, Seite 5 (Ausschnitt); gelbe Markierung Vodafone OXG, lila Markierung Telekom AG

Für die SPD-Fraktion

Kristina Diller

Ortsverwaltung Gonsenheim
Rathaus
55124 Mainz

Mainz, den 10.02.2024

**Anfrage zur Sitzung des Ortsbeirats am 20.02.2024
„Jugendstruktur in Gonsenheim“**

Schriftliche Begründung:

Regelmäßig ziehen sich in Gonsenheim Jugendliche auf Spielplätze zurück, die eigentlich für kleinere Kinder gedacht sind, oder berichten, dass man in die Innenstadt fahren muss, um etwas unternehmen zu können. Hierbei ist besonders zu berücksichtigen, dass Jugendliche über ein kleines Budget verfügen aber einen großen Bedarf haben sich mit Gleichaltrigen zu treffen und gemeinsam Dinge zu unternehmen.

Anfrage:

1. Welche Angebote für Jugendliche gibt es im Mainzer Stadtteil Gonsenheim (unter anderem Jugendzentren, Jugendtreffs, Jugendinitiativen, allgemeine Jugendarbeit, Jugendgruppen und Jugendvereine)?
2. Welche Angebote für Jugendliche in Gonsenheim werden über die Stadt Mainz gefördert?
 - a. Bitte aufschlüsseln für die Jahre 2019 bis 2023 und differenzieren nach städtischen Geldern und Geldern, die über andere Töpfe wie Bund und Land nach Gonsenheim geflossen sind.
3. Wie viele Mittel für Jugendliche – analog zur Frage 2 – sind in den Jahren 2019 bis 2024 in die Stadtteile Neustadt, Altstadt, Oberstadt, Bretzenheim und Hartenberg/Münchfeld geflossen (jeweils die Gesamtsumme für die 5 Jahre aufgeschlüsselt nach Stadtteilen reicht)?
4. Welche Angebote macht das GOFI in Gonsenheim für Jugendliche ab 14 Jahre?
5. Wie stark werden die Angebote des GOFI von Jugendlichen ab 14 Jahren genutzt (bitte aufschlüsseln für die vergangenen fünf Jahre, also von 2019 bis 2023)

Für die Fraktion Bündnis 90/Die Grünen
Diane Cremille

Antwort zur Anfrage Nr. 1709/2023 der ödp im Ortsbeirat **Mainz-Gonsenheim** betreffend **Fragen zum Willy-Brandt-Platz (ödp)**

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

Zu 1. Die Abgrenzung des Platzes mit Pollern funktioniert nicht, da diese oft fehlen oder defekt sind. Damit ist kein wirksamer Schutz gegen illegales Befahren durch motorisierten Verkehr gegeben. Wie bewertet die Stadt diese Situation bzw. ist eine Reparatur geplant? Eine rasche Zufahrt durch Rettungsdienste oder eine Zufahrt aus anderen wichtigen Gründen muss dabei natürlich gewährleistet werden.

Selbstverständlich werden die fehlenden Poller ersetzt und beschädigte Poller instandgesetzt. Um das Problem der fehlenden Poller zu beheben, plant die Verwaltung die Installation von beweglichen Pollern.

Zu 2. Insbesondere motorisierte Zweiräder (meist Mopeds) fahren öfters zur Wegeverkürzung über den Platz, wodurch sich Anwohner gestört fühlen. Zudem stellt dies eine Gefahr für andere dar. Poller nützen dafür nichts. Was gedenkt die Stadt dagegen zu unternehmen?

Das Verkehrsüberwachungsamt führt in diesem Bereich Kontrollen im ruhenden Verkehr durch. Die Kontrolle der Zweiräder, die eine Abkürzung nutzen liegt in der Zuständigkeit der Polizei. Diese wird durch die Verkehrsverwaltung auf den Schleichverkehr hingewiesen.

Zu 3. Besteht die Möglichkeit, die Schmierereien auf der Wand im Osten des Platzes zu beseitigen, diese somit zu renovieren und ggf. schöner zu gestalten?

Zu 4. Warum erfolgt keine Bepflanzung dieser Wand analog einer ähnlichen Gestaltung auf dem nordöstlichen angrenzenden Quartierplatz Ost?

Die Ursprungsidee des Planungsbüros sah an der Mauerscheibe und an der Pergola keine Bepflanzung mit Ranken vor. In Anbetracht der veränderten Bedeutung von begrünten Fassaden aufgrund des Klimawandels wird das Grün- und Umweltamt versuchen, eine Wand- und Pergolabegrünung an der beschriebenen Stelle zu initiieren. Erfahrungsgemäß werden die Ranken einem hohen Nutzungsdruck unterliegen, da die Pflanzen oftmals beschädigt oder rausgerissen werden. Die Reinigung der Mauerscheibe macht wenig Sinn, da diese Fläche in recht kurzer Zeit wieder bemalt werden würde.

Zu 5. Im Norden des Platzes befindet sich inmitten eines kleineren parkähnlichen Areals (an einer Stelle, an der sich zwei Wege kreuzen) ein Drahtgeflecht im Boden. Welche Bewandtnis hat es damit?

Das beschriebene Plätzchen, welches mit Nadelbäumen überstanden ist, war ursprünglich vollflächig mit einer wassergebundenen Oberflächenbefestigung versehen. Im Laufe der Jahre hat sich diese Fläche nahezu vollständig begrünt, lediglich die beiden diagonal verlaufenden „Trampelpfade“ lassen die ursprüngliche Oberfläche des Platzes erkennen. Das erkennbare Stahlgeflecht im Untergrund war offensichtlich aus gestalterischen Gründen eingeplant worden, um die große Platzfläche optisch etwas aufzulockern.

Zu 6. Bereits früher wurden die fehlende Weganbindung vom Canisius-Carree an die benachbarten Wohngebiete im Norden thematisiert. Diese lassen sich im Westen nicht und im Osten nur mit Einschränkungen auf befestigten öffentlichen Wegen erreichen. Wie wird das von der Stadt bewertet?

Der Willy-Brand-Platz ist gemäß Stadtgrundkarte als Grünfläche/Kernfläche gekennzeichnet. Hierzu gehören auch die beiden mit wassergebundener Decke befestigten Wegeverbindungen nach Osten und Westen, die sich nördlich des Durchgangs unter dem Gebäude anschließen und die sich dann am Rand des Platzes nach Norden wiederum in asphaltierten bzw. gepflasterten Wegen fortsetzen. Eine durchgängige Wegeverbindung ist also gegeben. Die angesprochenen wassergebundenen Wegeabschnitte sind Teil der Parkanlage und passen sich so der Befestigung der übrigen Wege auf dem Platz an. Im Hinblick auf die Oberflächenversiegelung und die Versickerungsfähigkeit ist eine wassergebundene Decke im Vergleich zu einer Pflasterung oder bituminösen Decke günstiger zu bewerten. Bei entsprechender Pflege bietet eine wassergebundene auch ausreichende Barrierefreiheit.

Mainz, 24. Jan. 2024

gez. Steinkrüger

Janina Steinkrüger
Beigeordnete



Beschlussvorlage für Ausschüsse

öffentlich		Drucksache Nr. 0277/2024
Amt/Aktenzeichen 67/67 00 66 Go	Datum 31.01.2024	TOP

Beratungsfolge Gremium	Zuständigkeit	Datum	Status
Ortsbeirat Mainz-Gonsenheim	Kenntnisnahme	20.02.2024	Ö

Betreff: Sachstandsbericht zu Antrag 1708/2023, CDU, Ortsbeirat Mainz-Gonsenheim hier: Bänke in der Kirchstraße
Mainz, 06.02.2024 gez. Steinkrüger Janina Steinkrüger Beigeordnete

Beschlussvorschlag:

Der Ortsbeirat nimmt den Sachstandsbericht der Verwaltung zur Kenntnis.

Sachverhalt:

Die Verwaltung hat die Bänke in der Kirchstraße gegenüber des Wildparks überprüft und einige defekte Sitzauflagen getauscht und repariert. Ebenso sind die Sitzplätze gemäht worden. Des Weiteren ist die Verwaltung gerne bereit, zwei Seniorenbänke auf der Höhe des Alten Friedhofes direkt am Fußweg neu einzubauen und die Bänke in der Pfarrer-Grimm-Anlage zu prüfen.



Beschlussvorlage

öffentlich		Drucksache Nr. 0300/2024
Amt/Aktenzeichen 80/23 10 91 2 J	Datum 08.02.2024	TOP

Behandlung im Stadtvorstand gem. § 58 (3) S. 2 i. V. m. 47 (1) S. 2 Nr. 1 GemO am 20.02.2024

Beratungsfolge Gremium	Zuständigkeit	Datum	Status
Ortsbeirat Mainz-Gonsenheim	Anhörung	20.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Hartenberg/Münchfeld	Anhörung	20.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Marienborn	Anhörung	21.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Altstadt	Anhörung	21.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Weisenau	Anhörung	21.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Ebersheim	Anhörung	22.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Lerchenberg	Anhörung	22.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Laubenheim	Anhörung	23.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Drais	Anhörung	27.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Oberstadt	Anhörung	27.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Neustadt	Anhörung	28.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Bretzenheim	Anhörung	28.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Mombach	Anhörung	29.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Hechtsheim	Anhörung	29.02.2024	Ö
Ortsbeirat Mainz-Finthen	Anhörung	05.03.2024	Ö
Wirtschaftsausschuss	Vorberatung	05.03.2024	Ö
Stadtrat	Entscheidung	06.03.2024	Ö

Betreff:

Werberechte;

Festlegung der Leitplanken des neuen Werberechtskonzeptes und Durchführung der Ausschreibung der Werberechte auf städtischen Grundstücken für den Zeitraum 01.01.2026 bis 31.12.2040

Mainz, 16.02.2024

gez.

Manuela Matz
Beigeordnete

Mainz, 20.02.2024

gez.

Nino Haase
Oberbürgermeister

Beschlussvorschlag:

Die Ortsbeiräte nehmen zur Kenntnis, der Wirtschaftsausschuss empfiehlt und der Stadtrat beschließt die Leitplanken des neuen Werbekonzeptes als Grundlage für die Durchführung der Neuausschreibung der Werberechte in der Stadt Mainz.

Die Verwaltung wird durch den Beschluss ermächtigt, die Leitplanken des Werbekonzeptes als Vorgabe der Ausschreibung zu verwenden und die Ausschreibung durchzuführen.

Die Vorgaben im Werbekonzept werden maßgeblicher Bestandteil des neuen Werberechtsvertrages, worauf die Bieter ihre Angebote kalkulieren und einreichen können. Die Angebote können bei Bedarf aus Sicht der Stadt Mainz verhandelt werden. Auf Basis von für die Ausschreibung im Vorfeld festgelegten Bewertungskriterien ermittelt sich das für die Stadt Mainz beste Angebot.

Die Vergabe der Dienstleistungskonzession erfolgt in einem Los im gesamten Stadtgebiet und hat eine Laufzeit von 15 Jahren, beginnend am 01.01.2026. Die Konzession endet damit zum 31.12.2040.

Das neue Werbekonzept soll folgende wichtige Regelungen und Vorgaben erhalten:

1. Ausnahmen von den Werberechten

Das Werbekonzept enthält u. A. Vorgaben, wo und welche Werbeträgerarten vom zukünftigen Werberechtsvertrag möglich sein sollen. Ausdrücklich werden auch Einschränkungen definiert, die der Konzessionär zu akzeptieren hat. Zu den Ausnahmen gehören insbesondere:

- A. Werbemöglichkeiten in, auf und an Sportstätten und Bädern im kommunalen Eigentum nebst deren Außenanlagen (Grundstücke inklusive Einfriedung), insbesondere langfristig an Mainzer Sportvereine übertragene Sportstätten, kommunale Schulsportstätten sowie Kernsportstätten und Bäder in Bewirtschaftung der Stadt, sowie die Sportarenen, MEWA-Arena, Bruchwegstadion und das Stadion an der Bleichstraße, einschließlich deren jeweiligen festgelegten Außenanlagen (Grundstücke inklusive Einfriedung)
- B. Werbemöglichkeiten in, auf und an schulischen, kulturellen Einrichtungen im Eigentum der Stadt
- C. Werbemöglichkeiten in, auf und an Verwaltungsgebäuden im Eigentum der Stadt (z. B. Rathaus, Stadthäuser, Ortsverwaltungen)
- D. Werbemöglichkeiten auf Innenflächen von Verkehrsinseln
- E. Werbebanner an kommunalen Brücken
- F. Werbung an Schaltkästen (Klapprahmen) der Stadtwerke Mainz AG
- G. Mobile Werbeveranstaltungen, z. B. Promotionsveranstaltungen, Flyerverteilung
- H. Uhrenwerbung
- I. Werbung an der Außenseite und innerhalb von Fahrzeugen des ÖPNV (sogenannte Verkehrsmittelwerbung)
- J. Sondernutzung durch Informationsstände und Werbestände

- K. Eigenwerbung der MVG, Stadt und weiterer stadtnaher Gesellschaften auf den digitalen Fahrgastinformationen bei den Haltestellen
- L. Werbung an der Stätte der Leistung (z. B. die Eigenwerbung von Geschäften mit Firmenschildern oder Aufstellern)
- M. Eigenwerbung der MVG, Stadt und weiterer stadtnaher Gesellschaften in den Informationsvitri-
nen der Bus-Wartehallen (= Bus-WH)
- N. Zirkuswerbung
- O. Siegelmarkenwerbung (Plakataufsteller) inklusive Wahlwerbung
- P. Werbung an Bauzäunen

Zusätzlich wird vorgegeben, dass neben den gesetzlichen Werbeverboten außerdem sexistische und rassistische Inhalte sowie Werbung für Tabak und Drogen nicht auf den Werbeträgern auf kommunalen Grundstücken beworben werden dürfen. Werbung für Alkohol darf darüber hinaus nicht an Werbeträgern angebracht werden, die weniger als 100 Meter von Schulen oder Kitas entfernt sind.

2. Umfang der Dienstleistungskonzession

Zu den Dienstleistungen, welche der Konzessionär als Gegenleistung für die Werberechte zu erbringen hat, zählen:

A. Neubau Bus-WH, teilweise mit Dachbegrünung und/oder Photovoltaik-Anlage

Der Neuaufbau und Betrieb einer noch zu bestimmenden Anzahl an fabrikneuen Bus-WH direkt zum Vertragsbeginn und während der Laufzeit bis 2040. Hinzu kommt eine Dachbegrünung und/oder das Anbringen einer Photovoltaik-Anlage der Bus-WH an sinnvollen Standorten, soweit technisch möglich.

B. Laufender Betrieb Bus-WH

Der laufende Betrieb aller bestehenden Bus-WH für die gesamte Vertragslaufzeit wird vom Neukonzessionär erbracht. Hierzu zählt dann auch die Pflege der begrüneten Bus-WH.

C. Pacht

Der Neukonzessionär soll eine regelmäßige Pacht an die Stadt zahlen. Die Höhe dieser Pacht ist abhängig von der Attraktivität der Werberechte in Mainz und den eingereichten Angeboten der jeweiligen Bieter und wird maßgeblich davon beeinflusst, ob ein ernsthafter Wettbewerb um die Werberechte stattfindet.

D. Eigen- und Kulturwerbung

Der Neukonzessionär soll der Stadt ein angemessenes Werbekontingent für Eigen- und Kulturwerbung zur Verfügung stellen. Bezogen auf analoge Werbung im Stadtgebiet soll das jährliche Kontingent 400.000,00 € betragen. Bei der digitalen Werbung soll das Kontingent 8.400 Einblendungen während der Betriebszeiten pro Monat je Screen bei digitalen Klein-Screens bzw. digitalen Großsäulen und 10.800 Einblendungen während der Betriebszeiten pro Monat je Screen für digitalen Groß-Screens betragen.

Zusätzlich ist auch ein Kontingent in Höhe 30.000,00 € für analoge Werbung außerhalb des Stadtgebietes (z. B. in Wiesbaden) vorgesehen. Für die digitalen Werbeträger in allen Größen bzw. Formaten werden 60.000 Einblendungen pro Monat geplant.

Die oben beschriebenen Kontingente stehen der Stadt und städtischen Beteiligungen sowie städtischen Kulturschaffenden zur Verfügung. Über die genaue Verteilung der Kontingente entscheidet das 10-Hauptamt.

E. Beseitigung von Wildwerbung

Der Neukonzessionär soll unerlaubte Werbung im Stadtgebiet auf seine Kosten für die Stadt beseitigen.

3. Vorgaben an das Bieterkonzept

3.1. Allgemeine Anforderungen/Angaben

Das Bieterkonzept soll eine Verbesserung des Stadtbildes durch die Gestaltung, die Qualität, die Art (inklusive der Bus-WH) und die Anzahl der Werbeträger sowie die verwendete Technik zur Folge haben.

Bezüglich der Außenwerbung wird vorgegeben, dass sich diese vertraglich in das Stadt- und Ortsbild einfügen muss. Weiterhin muss das zu liefernde Bieterkonzept geeignet sein, die Qualität des öffentlichen Stadtraums identitätsfördernd aufzuwerten. Das Bieterkonzept muss ein auf die Bedürfnisse der Stadt abgestimmtes Gesamtkonzept mit Erläuterungen und Darstellungen sein.

Der aktuelle Konzessionär muss alle Werbeträger und Bus-WH, wenn der jeweilige Standort durch den Neukonzessionär nicht weiter genutzt werden soll, abbauen. Bus-WH, die der Stadt bzw. der MVG gehören und durch eine neue Bus-WH ersetzt werden, müssen vom Neukonzessionär abgebaut (inklusive Fundamente) und ordnungsgemäß entsorgt werden. Die Kosten trägt in marktüblicher Höhe auf Nachweis durch den Neukonzessionär die MVG.

Der Anschluss von Werbeträgern an das Beleuchtungsstromnetz (Straßenbeleuchtung) ist zukünftig nicht mehr möglich. Es soll aber eine Übergangsfrist zur Umrüstung auf einen eigenständigen Hausanschluss pro Werbeträger von 5 Jahren gewährt werden. Bei den Bus-WH werden die bisherigen Beleuchtungsstromanschlüsse durch die MVG auf deren Kosten durch einen Hausanschluss ersetzt, wenn keine maximale Entfernung überschritten wird (Kostengründe). Dies steht im Zusammenhang mit der Schaffung der digitalen Fahrgastinformationsanzeigen.

3.2. Vorgaben für das Werbeträgerportfolio (Art und Anzahl)

Die Gesamtanzahl der Werbeträger je Art wird zum Vertragsbeginn wie folgt begrenzt:

Werbeträgerarten	Gesamtanzahl
1. Digitale Groß-Screens	bis zu 15
2. Digitale Klein-Screens	bis zu 40
3. Digitale Groß-Säule	bis zu 15
4. City-Light-Boards/Mega-Lights	bis zu 13
5. Geklebte Großflächen	bis zu 30
6. City-Light-Säulen	bis zu 10
7. City-Light-Poster-Vitrinen	bis zu 170
8. Litfaßsäulen	bis zu 150
9. Gewerbehinweissammelanlagen	bis zu 150
10. Klapprahmen	bis zu 52

Die Vorgaben zur Gesamtanzahl führen vorneweg schon zu einer stärkeren Digitalisierung und einer Reduzierung möglicher Werbeträger im Vergleich zum aktuellen Bestand.

Neben der Begrenzung der Gesamtanzahl werden sog. Wechselkurse vorgegeben, welche zusätzlich zur Reduzierung der Gesamtanzahl der Werbeträger im Stadtgebiet führen können. Entscheidet sich der Bieter für die Aufstellung eines Werbeträgers, so müssen entsprechend des vorgegebenen Wechselkurses andere Werbeträger in einem bestimmten Verhältnis abgebaut werden. Im Werbekonzept sind folgende Wechselkurse für die verschiedenen Werberechte vorgesehen:

- A. Digitaler Klein-Screen = 1:2 gegen City-Light-Poster
- B. City-Light-Säulen = 1:2 gegen Litfaßsäulen
- C. Digitale Groß-Screens = 1:2 gegen je ein City-Light-Board/Mega-Light und eine geklebte Großfläche. Sind nicht mehr ausreichende Werberechte für eine Werbeträgerart vorhanden, um den Wechselkurs zu bedienen, müssen dafür die Werberechte für zwei andere Werbeträgerarten reduziert werden
- D. Digitale Groß-Säule = 1:1 gegen City-Light-Säule und 1:2 Litfaßsäulen, wenn alle City-Light-Säulen-Standorte aufgelöst wurden

Beim beispielhaften Aufbau von 10 der 15 möglichen digitalen Groß-Screens dürfte der Bieter nur noch 3 City-Light-Board/Mega-Lights und 20 geklebte Großflächen aufbauen.

Insgesamt wird mit der Verringerung und Begrenzung der Gesamtanzahl der Werbeträger in Verbindung mit der Vorgabe von Wechselkursen die absolute Reduzierung der Werbeträger im Stadtgebiet verfolgt. Außerdem ist eine stärkere Digitalisierung der Werbeträger angestrebt.

3.3. Vorgaben für das Standortkonzept

Das Werbekonzept macht Vorgaben, auf welchen Standorten die neuen Werbeträger im Rahmen der Gesamtanzahl aufgestellt werden dürfen. Hierfür wurde eine umfangreiche Standortliste erstellt. Dabei wurde Wert daraufgelegt, dass nur bereits bestehende Standorte ausgewiesen werden und keine neuen Standorte hinzukommen. Ausgenommen hiervon sind mögliche Standorte in neuen Stadtteilen. Bestehende Standorte, die aus Sicht der jeweiligen Fachämter problematisch sind, wurden zudem eliminiert und werden nicht mehr Gegenstand der Neuausschreibung. Die Werbeträger dürfen entsprechend der städtischen Vorgaben nur auf den bisher vorhandenen Standorten aufgestellt werden. Auf welchen Bestandsstandorten die Umwandlung eines analogen Werbeträgers in einen digitalen Werbeträger möglich sind, wurde ebenfalls von der Stadt vorgegeben.

Das Standortkonzept macht auch Vorgaben dazu, welche Bus-WH vom Bieter neu zu errichten sind, welche Bus-WH im Bestand laufend zu unterhalten sind und welche Bus-WH Werbeträger erhalten dürfen. Hierbei gilt grundsätzlich, dass Straßenbahnwartehallen zukünftig nicht mehr Bestandteil der Werberechte werden und Werbeträger nur noch in Bus-WH und teilweise in gemischten Wartehallen (Straßenbahn- und Bushaltestellen) zulässig sind. Die Standorte der Bus-WH bestimmt ohne werbefachliche Rücksichtnahme die Stadt. Weiterhin wird bestimmt, welche alten Bus-WH mit welcher Priorität direkt zum Beginn der neuen Laufzeit ersetzt werden sollen und bei welchen Bus-WH ein Ersatz während der Laufzeit des neuen Werberechtsvertrages erfolgen kann.

3.4. Vorgaben für das Designkonzept

Die Werbeträger sollen z. B. durch die Farbgebung, als homogene, in sich stimmige sowie optisch erkennbare Produkt-Designfamilie angeboten werden. Die Homogenität gilt dabei auch für die Detail-Geometrie der einzelnen Werbeträgerarten. Jede Werbeträgerart soll über ein einheitliches Design

verfügen, welches auf alle Werbeträger seiner Art anzuwenden ist. Dabei sollen einfache und klare Formen ohne dekorative Elemente (diskret und dezent) verwendet werden. Die einzelnen Werbeträgerarten sollen sowohl in der Innenstadt als auch in der Gesamtstadt gestalterisch zusammenpassen und als Gesamtbild über das Stadtgebiet ein attraktives und modernes Medium darstellen. Dabei sollen sie sich in ihren Außenmaßen auf das konstruktiv maximal Notwendige beschränken.

Die erläuterten allgemeinen Designvorgaben gelten auch für die Bus-WH. Zusätzlich werden besondere Angaben für die Bus-WH bezogen auf Größe und Ausstattung vorgegeben. Des Weiteren sollen die neuen Bus-WH grundsätzlich immer begrünt werden. Ausnahmen sind möglich, da bei nicht allen Standorten eine Dachbegrünung sinnvoll ist.

3.5. Betriebliche Vorgaben für die Werbeträger und Bus-WH

Akustische sowie olfaktorische Werbung und Animationen oder Filme auf digitalen Werbeträgern werden grundsätzlich ausgeschlossen. Interaktive Werbung (z. B. QR-Codes) wird grundsätzlich gestattet, ist aber für jeden Werbeträger im Vorfeld immer mit der Stadt abzustimmen und zu genehmigen (ggfs. auch mit der MVG).

Die „Hinweise zur Messung, Beurteilung und Minderung von Lichtimmissionen“ der Bund-/Länder-Arbeitsgemeinschaft für Immissionsschutz (LAI) sind mit jeweils aktuellem Stand zu beachten. Freistehende Werbeträger dürfen grundsätzlich 24 Stunden einschließlich Lichtanlage betrieben werden. Für einzelne Standorte im Bereich von Wohnbebauung kann die Stadt im Falle rechtlich begründeter Beschwerden betroffener Anwohner über Lichtimmissionen die Zeit der Be- und Hinterleuchtung der Plakate bzw. die Betriebszeit digitaler Screens eingrenzen. Auch sollen die digitalen Anlagen grundsätzlich mit einer Dimmfunktion ausgestattet sein.

4. Unterverpachtung

Sofern die Vergabe einzelner Konzessionsbestandteile (z. B. Klapprahmen) vom Neukonzessionär an andere Firmen erfolgen soll, hat die Stadt Mainz dies zuvor schriftlich zu bestätigen.

5. Dokumentationspflichten

Das Werbekonzept gibt vor, welche Dokumente und Angaben der Neukonzessionär der Stadt zur Kontrolle (z. B. für Abrechnungen) zur Verfügung stellen muss.

6. Neuerungsklausel

Es soll weiterhin eine Klausel im Werbekonzept inkludiert werden, welche es der Verwaltung im Rahmen der vergaberechtlichen Vorgaben ermöglicht, flexibel auf zukünftige Entwicklungen und Innovation bezüglich der Werbeträger und Werbekampagnen einzugehen und eine Steuerung im Sinne der im Sachverhalt beschriebenen Ziele zu ermöglichen. Es soll weiterhin vereinbart werden, dass im Rahmen der Vertragslaufzeit weitere Standorte digitalisiert werden können, die über die unter 3.2 der Beschlussvorlage definierten Gesamtzahlen hinausgehen. Mit Hinblick auf die Laufzeit bis 31.12.2040 ist das von großer Relevanz, um Fehlentwicklungen zu vermeiden oder von positiven Entwicklungen profitieren zu können.

Sachverhalt

1. Sachverhalt:

Die Landeshauptstadt Mainz hat aktuell die Außenwerberechte durch einen Werberechtsvertrag an die Firma Ströer Deutsche Städte Medien GmbH (= Ströer) vergeben. Dieser aktuelle Werberechtsvertrag vom 31.03.2011 hat eine Laufzeit von 15 Jahren und endet zum 31.12.2025. Es ist beabsichtigt, die Außenwerberechte ab 01.01.2026 neu zu vergeben und hierfür eine europaweite Ausschreibung durchzuführen. Seitdem die Werberechte in der Stadt Mainz vergeben werden, ist es noch zu keinem Konzessionärswechsel gekommen. Die Schaffung von Wettbewerb um die städtischen Werberechte ist ausdrückliches Ziel der Ausschreibung, um ein möglichst lukratives Angebot für die Stadt Mainz zu erhalten.

Die Vergabe an einen anderen Konzessionär wäre aber auch erstmalig in der Stadtgeschichte und hätte weitreichende Konsequenzen bezogen auf den Abbau/Neubau bestimmter Stadtmöbel und die Erteilung erforderlicher Genehmigungen für den Aufbau/Neubau des neuen Stadtmobiliars.

Aktuell sind durch den derzeitigen Konzessionär ca. 700 Werbeträger im gesamten Stadtgebiet errichtet. Es handelt sich dabei vorrangig um analoge Anlagen in verschiedenen Formaten sowie 10 digitale Groß-Screens. Bei diesen digitalen Anlagen handelt es sich um die einzigen digitalen Werbeträger im Stadtgebiet, die Bestandteil des aktuellen Werberechtsvertrages sind. Der aktuelle Bestand der Werbeträger in Mainz kann der folgenden Tabelle (Stand Oktober 2022) entnommen werden.

Werbeträgerarten	Gesamtanzahl
1. Digitale Groß-Screens	10
2. Digitale Klein-Screens	0
3. Digitale Groß-Säule	0
4. City-Light-Boards/Mega-Lights	25
5. Geklebte Großflächen	56
6. City-Light-Säulen	22
7. City-Light-Poster-Vitrinen	186
8. Litfaßsäulen	191
9. Gewerbehinweissammelanlagen	150
10. Klapprahmen	52
11. Uhrensäulen	6
Gesamt	698

Durch den aktuellen Werberechtsvertrag hat die Stadt jährliche Einnahmen durch eine Mindestpacht. Hinzu kommen weitere Dienstleistungen auf Kosten des derzeitigen Konzessionärs wie die Instandhaltung der Wartehallen, Beseitigung von Wildplakatierungen und ein Kontingent an Eigen- und Kulturwerbung zur Inanspruchnahme durch die Stadt.

Da mit der Neuvergabe der Außenwerberechte zahlreiche komplexe Themen sowie vergaberechtliche Fragestellungen verbunden sind, wurde die Firma GESTOCON GmbH & Co. KG (= Gestocon) als Beraterfirma mit hinreichender bundesweiter Erfahrung auf diesem Gebiet für die Stadt beauftragt. Zusammen mit der Gestocon wurden innerhalb der städtischen Fachämter diverse Arbeitsgruppen zur Erarbeitung der Vorgaben und Leitplanken des neuen Werbekonzeptes gebildet. In diesen Arbeitsgruppen wurden die Expertisen der folgenden städtischen Fachämter und Fachabteilungen berücksichtigt:

A. 10 – Hauptamt, 10.05.01 Öffentlichkeitsarbeit

- B. 20 – Amt für Finanzen, 20.03 Steuerverwaltung und 20.06 Abteilung Vergabe und Einkauf
- C. 30 – Standes-, Rechts- und Ordnungsamt, 30.01 Rechtsabteilung und 30.03.01 Sondernutzungen
- D. 37 – Feuerwehr, 37.03.03 Einsatz- und Katastrophenschutzplanung
- E. 42 – Amt für Kultur und Bibliotheken, 423 Kulturabteilung
- F. 60 – Bauamt, 60.02 Bauaufsicht und 60.04 Denkmalpflege
- G. 61 – Stadtplanungsamt, 61.0.01 Stadtbildpflege, 61.01 Verkehrswesen, 61.02 Stadtplanung, 61.03 Straßenbetrieb, 61.04 Straßenverkehrsbehörde
- H. 67 – Grün- und Umweltamt, 67.05 Grünunterhaltung und Baumpflege
- I. 80 – Amt für Wirtschaft und Liegenschaften, 80.02 Liegenschaften
- J. Mainzer Mobilität
- K. Mainzer Netze

Übergeordnet wurde eine Lenkungsgruppe gebildet und mit politischen Mandatsträgern besetzt. Mit der Lenkungsgruppe soll die politische Beteiligung und Lenkungswirkung bereits im Vorfeld der Gremienbeteiligung gewährleistet werden. Die Mitglieder wurden von den jeweiligen Fraktionen im Stadtrat bestimmt. Bei der Stimmengewichtung für die Beschlussfassung der Lenkungsgruppe wurde die Kräfteverteilung im Stadtrat berücksichtigt. Die Lenkungsgruppe hatte insgesamt 4 Sitzungen am 12.12.2022, am 13.07.2023, am 19.10.2023 und am 06.02.2024.

Es wurde eine Bürger:innenbeteiligung in Form einer Stadtteil-Befragung unter der Leitung der Firma „Wer denkt was GmbH“ von Anfang Mai bis Ende Juni 2023 durchgeführt. Dabei haben die jeweiligen Ortsvorsteher:innen als Stakeholder die Bürger:innen der jeweiligen Stadtteile zu den unten genannten Themenpunkten befragt.

- A. Ausstattung der Wartehallen
- B. Ausgestaltung von Werbeinhalten
- C. Digitalisierung der Werbeträger
- D. Zusätzliche Informationen auf den Werbeträgern

In der Art und Weise wie die Befragung der Bürgerschaft erfolgen sollte, waren die Ortsvorsteher:innen dabei frei in der Wahl der Methode. Ergebnisse und Kenntnisse aus der Stadtteil-Befragung wurden bezogen auf die Umsetzbarkeit anschließend von der Verwaltung geprüft. Die Lenkungsgruppe wurde über die Ergebnisse der Befragung und der Verwaltungsprüfung zur Umsetzbarkeit informiert. Das Prüfergebnis ist dieser Beschlussvorlage als Anlage beigefügt.

Vonseiten der Mainzer Mobilität wurde der Vorschlag eingebracht, die Struktur der Bus-WH, Straßenbahnwartehallen und gemischten Wartehallen neu zu ordnen und künftig Bus-WH dem Neukonzessionär zu übertragen und Straßenbahnwartehallen komplett der MVG zuzuordnen. Bisher besteht ein Mischverhältnis. Teilweise sind Bus- und Straßenbahnwartehallen im Eigentum der MVG, teilweise im Eigentum des Konzessionärs. Die Stadt ist als Straßenbaulastträger gesetzlich zuständig für Bushaltstellen. Bei den Straßenbahnhaltestellen ist das Straßenbahnunternehmen rechtlich in der Verantwortung und die Technische Aufsichtsbehörde (TAB) zuständig.

Die durch die Arbeitsgruppen und der Stadtteil-Befragung erarbeiteten maßgeblichen Leitplanken wurden sodann von der Lenkungsgruppe beschlossen und finden sich in dieser Vorlage wieder.

Von der Lenkungsgruppe wurden folgende Leitplanken beschlossen:

Beschluss Nr. 1

Es erfolgt eine Neuausschreibung der Werberechte ab dem 01.01.2026 auf Grundlage eines Werbekonzeptes.

Beschluss Nr. 2

Die Ausschreibung der Werberechte erfolgt für das gesamte Stadtgebiet.

Beschluss Nr. 3

Die Ausschreibung der Werberechte erfolgt in einem Los.

Beschluss Nr. 4

Sämtliche Straßenbahnwarteallen im Eigentum des bisherigen Konzessionärs werden nicht Bestandteil des neuen Werberechtsvertrages und in das Eigentum der MVG überführt.

Beschluss Nr. 5

Sämtliche Bus-WH im Eigentum der MVG werden in das Eigentum des neuen Konzessionärs übergeleitet und Bestandteil des neuen Werberechtsvertrages. Damit ist der neue Konzessionär zukünftig zuständig für deren Wartung und Instandhaltung.

Beschluss Nr. 6

Die gemischten Wartehallen werden teilweise in das Eigentum der MVG und teilweise in das Eigentum des Neukonzessionärs überführt, wenn diese Wartehallen nicht aufgrund des Zustandes direkt zum Vertragsbeginn vom Neukonzessionär ersetzt werden sollen. Werbung im Rahmen der Werberechte wird nur in den gemischten Wartehallen zugelassen, die hierfür explizit freigegeben wurden.

Beschluss Nr. 7

Die Gesamtanzahl der Werbeträger wurde wie von der Verwaltung vorgeschlagen beschlossen. Zusätzlich zur digitaleren Gesamtanzahl sollen im Rahmen der Vertragslaufzeit bis 31.12.2040 zukünftig auch weitere Standorte in digitale Werbeträger umgewandelt werden können. Der Vertrag soll eine entsprechende Klausel erhalten.

Beschluss Nr. 8

In das Werbekonzept wird ein Werbekontingent für Eigen- und Kulturwerbung aufgenommen.

Beschluss Nr. 9

Die Wechselkurse zwischen einzelnen Werbeträgerarten wurden wie von der Verwaltung vorgeschlagen beschlossen.

Beschluss Nr. 10

Die Lenkungsgruppe hat die Aufnahme der umsetzbaren Punkte der Stadtteil-Befragung in das Werbekonzept beschlossen. Es solle geprüft werden, ob eine gleichzeitige Dachbegrünung und der Aufbau von Solarmodulen auf den Bus-WH umsetzbar ist.

Das erarbeitete Werbekonzept und die darin festgelegten Leitplanken verfolgen für die Neuvergabe der Werberechte folgende Ziele:

- A. Abschluss eines einheitlichen Vertrages für alle Werbeträger
- B. Laufzeit von 15 Jahren mit einem Vertragsende zum 31.12.2040
- C. Erbringung der folgenden Dienstleistungen durch den Konzessionär
 - C.1. Aufstellung neuer Bus-WH und Ersatz von ausgedienten Modellen durch den Neukonzessionär.

Dabei sollen grundsätzlich alle Bus-WH begrünt werden, an denen eine Begrünung sinnvoll ist.

- C.2. Bereitstellung eines Kontingentes an Eigen- und Kulturwerbung
- C.3. Vorbildliche Reinigung und Wartung der Werbeträger und Bus-WH
- C.4. Beseitigung von Wildplakatierungen
- C.5. Generierung von Pachteinahmen für die Stadt Mainz
- D. Reduzierung der Gesamtanzahl der Werbeträger im Stadtgebiet
- E. Ersatz zahlreicher analoger Werbeträger durch digitale Werbeträger, entsprechend dem Sättigungsgrad in der Stadt Mainz
- F. Keine Straßenbahnwartehallen mehr im Eigentum des Neukonzessionärs

Voraussetzungen für die Teilnahme am Ausschreibungsverfahren sind:

- A. Die Übernahme der Werbeträger des Altkonzessionärs, sofern dies gewünscht wird, ist mit dem bisherigen Vertragspartner zu verhandeln. Die Stadt Mainz übernimmt hierfür keine Kosten (nicht relevant, sofern der bisherige auch der neue Konzessionär sein sollte)
- B. Unterlagen zur finanziellen Solidität und Zuverlässigkeit (z. B. Unbedenklichkeitsbescheinigung des Finanzamtes)
- C. Nachweis der Leistungsfähigkeit entsprechend des Werbeträgerumfangs (Referenzen)
- D. Vorlage eines Konzeptes zur Ausübung der Werberechte
- E. Angabe einer Garantiepacht

Für den Wert der städtischen Werberechte und dem damit verbundenen Wettbewerb kommt es entscheidend darauf an, was die Stadt auf der einen Seite anbietet und auf der anderen Seite vom Konzessionär verlangt. In der wirtschaftlichen Betrachtung der Bieter werden die möglichen Werbeeinnahmen den von der Stadt geforderten Dienstleistungen gegenübergestellt. Sollten die Werberechte nicht lukrativ genug sein, könnte es gar nicht erst zu Angebotsabgabe kommen oder es werden nur unattraktive Angebote eingereicht.

Das aktuelle Werbekonzept der Stadt Mainz ist aufgrund des Beschlusses Nr. 7 hinreichend lukrativ, um mit Angeboten zu rechnen. Es ist aber zu beachten, dass die Stadt Mainz relativ viele und kostenintensive Forderungen (z. B. neue Bus-WH mit Begrünung, erhöhtes Kontingent an Eigen- und Kulturwerbung) hat, aber gleichzeitig lukrative Standorte eliminiert wurden (z. B. durch die Entscheidung – Beschluss der Lenkungsgruppe Nr. 4 - keine Werbung mehr an Straßenbahnhaltestellen zuzulassen). Relevant für die Angebote sind auch die Restriktionen oder speziellen Vorgaben, die in das Werbekonzept aufgenommen werden sollen (z. B. keine Abspielung von digitalen Animationen auf digitalen Werbeträgern, Herstellung von Hausanschlüssen für Strom).

2. Lösung:

Die Leitplanken des von den Fachämtern der Stadt erarbeiteten und von der Lenkungsgruppe beschlossenen Werbekonzeptes werden vom Stadtrat beschlossen, sodass auf Grundlage dessen eine Ausschreibung durch die Stadt erfolgen kann. Ziel ist es sicherzustellen, dass die Werberechte ab dem 01.01.2026 nahtlos auf den Neukonzessionär übergehen können.

3. Alternativen:

Die Leitplanken werden nicht beschlossen mit dem Ergebnis, dass die Werberechte für die städtischen Flächen entweder gar nicht wieder ausgeschrieben werden oder es zu weiteren Verzögerungen im Verfahren kommt, sodass kein nahtloser Übergang der Werberechte auf den Neukonzessionär ab dem 01.01.2026 gewährleistet werden kann. Beide Szenarien hätten finanzielle Einbußen für die Stadt und Schäden für die lokale Wirtschaft und Kulturschaffende zur Folge. Eine weitere Folge wäre der Abbau des Stadtmobiliars (z. B. die Wartehallen im Eigentum des Konzessionärs) zum Stichtag. Außerdem besteht die Gefahr, dass Konzessionäre vermehrt Werbeträger auf privaten Flächen aufstellen, um das Stadtgebiet Mainz im Zusammenhang mit dem gesamten Rhein-Main-Gebiet weiterhin für Werbekampagnen anbieten zu können. Auf diese Werbeträger hätte die Stadt, ohne die Schaffung entsprechender Satzungen, sodann nur einen begrenzten Einfluss. Eine solche Entwicklung kann im Nachhinein nur noch schwer korrigiert werden. Sobald ein bestimmter Sättigungsgrad auf privaten Flächen erreicht wurde, würde sich diese Situation auf lange Zeit zementieren.

Finanzierung

4. Ausgaben/Finanzierung:

a) Einmalige Ausgaben:

b) Laufende Ausgaben einschl. Folgekosten (z. B. Sach- und Personalkosten, Schuldendienst):

x

Einnahmen:

x

Finanzielle Auswirkungen zu 2. und 3.

Auswertung Stadtteil-Befragung

I. Umsetzbare Maßnahmen

Die Bearbeitung bzw. Berücksichtigung dieser Themen ist möglich. Ob die jeweilige Thematik jedoch Relevanz für das neue Werbekonzept hat, kann dem jeweiligen Punkt in der letzten Zeile entnommen werden. Andere umsetzbare Themen ohne Bezug zum Werbekonzept werden innerhalb der Stadt unter Beteiligung der Gesellschaften/Eigenbetriebe realisiert.

1. Wartehallen und Haltestellen

1.1. Ziel: Grundfunktionen

Allgemeine Handlungsempfehlung: Prüfen, inwiefern diese Wünsche bei Wartehallen im Rahmen des Werbekonzepts berücksichtigt werden können

A) Sitzmöglichkeiten

Stellungnahme Verwaltung
Eine Erweiterung der Anzahl an Wartehallen und damit überdachte Sitzmöglichkeiten wird im Nahverkehrsplan an Stellen mit ausreichender Nachfrage befürwortet und angestrebt. An Haltestellen mit hoher Frequenz könnten zwei Wartehallen aufgebaut werden.
Die Thematik wird beim Werbekonzept berücksichtigt.

B) Überdachung Haltestellen

Stellungnahme Verwaltung:
Die Überdachung wird durch die Modellvorgabe bestimmt. Da die Modellvorgabe von Amt 61 und MVG vorgegeben ist, werden ausreichend Überdachungen von den verantwortlichen Stellen berücksichtigt. Eine Erweiterung der Anzahl an Wartehallen und damit überdachte Sitzmöglichkeiten wird im Nahverkehrsplan der Stadt Mainz an Stellen mit ausreichender Nachfrage befürwortet und angestrebt.
Die Thematik wird beim Werbekonzept berücksichtigt.

1.3. Ziel: Sicherheitsgefühl verbessern

Allgemeine Handlungsempfehlung: Weitergabe an MVG

A) Beleuchtung

Stellungnahme Verwaltung:
Die neuen Wartehallen-Modelle (Modell Kienzler K 26) sehen eine Beleuchtung vor, wenn ein Stromanschluss möglich ist.
Die Thematik wird beim Werbekonzept berücksichtigt.

1.4. Ziel: Information verbessern

Allgemeine Handlungsempfehlung: Weitergabe an MVG

A) Digitale Fahrgastinformationen

Stellungnahme Verwaltung:
Die MVG baut aktuell digitale Infosäulen an allen wichtigen Haltestellen auf. Die Echtzeitdaten können zudem über eine App abgerufen werden.
Die Thematik wird nicht beim Werbekonzept berücksichtigt.

1.5. Ziel: Mobilitätspunkte schaffen

Allgemeine Handlungsempfehlung: Weitergabe an Amt 61/MVG

A) Weitere Angebote (Ladesäulen, Car-Sharing, E-Scooter) in der Nähe

Stellungnahme Verwaltung:
Die Verwaltung verfolgt das Ziel, Haltestellen mit Umsteigefunktion zwischen den Verkehrsträgern zu Mobilitätsstationen zu erweitern bzw. Mobilitätshubs einzurichten.
Die Thematik wird nicht beim Werbekonzept berücksichtigt.

1.6. Ziel: Haltestellen der Zukunft schaffen

Allgemeine Handlungsempfehlung: Prüfen, inwiefern diese Wünsche bei Wartehallen im Rahmen des Werbekonzepts berücksichtigt werden können

A) Lademöglichkeiten für mobile devices

Stellungnahme Verwaltung:
Die MVG sieht Lademöglichkeiten für ihre Fahrgäste in den neuen Fahrzeugen vor. Eine Ausstattung der Haltestellen ist entbehrlich.
Die Thematik wird nicht beim Werbekonzept berücksichtigt.

B) WLAN-Spots

Stellungnahme Verwaltung:
Die Haltestellen sind Teil des öffentlichen Raumes, die MVG plant die Realisierung von WLAN in ihren Fahrzeugen.
Die Thematik wird nicht beim Werbekonzept berücksichtigt.

C) Dachbegrünung

Stellungnahme Verwaltung:
Gemäß Stadtratsauftrag werden künftig nur noch Wartehallen mit Dachbegrünung verwendet (Modell Kienzler K 26). Die MVG wird zukünftig generell nur noch Wartehallen mit Dachbegrünung aufstellen.
Die Thematik wird beim Werbekonzept berücksichtigt.

1.7. Ziel: Wartehallen für Haltestellen

Allgemeine Handlungsempfehlung: Prüfen, welche Haltestellen zusätzlich eine Wartehalle bekommen sollen

Stellungnahme Verwaltung:
Eine Erweiterung der Anzahl an Wartehallen und damit überdachte Sitzmöglichkeiten wird im Nahverkehrsplan der Stadt Mainz an Stellen mit ausreichender Nachfrage befürwortet und angestrebt.
Die Thematik wird beim Werbekonzept berücksichtigt.

2. Werbeinhalte

2.1 Negativ wahrgenommene Werbeinhalte

Allgemeine Handlungsempfehlung: Einhaltung der gesetzlichen Werbeverbote. Prüfung, ob der Hinweis auf Werbeverbote von Alkohol rund um Schulen zusätzlich in die Ausschreibung eingehen könnte

A) Sexistische und rassistische Inhalte

Stellungnahme Verwaltung:
Im Wesentlichen sind die Punkte auch heute schon im noch aktuellen Werberechtsvertrag geregelt und sollen auch zukünftig weiterhin berücksichtigt werden.
Die Thematik wird beim Werbekonzept berücksichtigt.

B) Tabak und andere Drogen

Stellungnahme Verwaltung:
Im Wesentlichen sind die Punkte auch heute schon im noch aktuellen Werberechtsvertrag geregelt und sollen auch zukünftig weiterhin berücksichtigt werden. Außerdem existiert bereits ein bundesweit geltendes gesetzliches Tabakwerbeverbot.
Die Thematik wird beim Werbekonzept berücksichtigt.

C) Alkoholwerbung

Stellungnahme Verwaltung:
Im Wesentlichen sind die Punkte auch heute schon im noch aktuellen Werberechtsvertrag geregelt und sollen auch zukünftig weiterhin berücksichtigt werden. Regelungen gegen Alkoholwerbung in Sichtweite von Schulen und Kitas sollen vereinbart werden.
Die Thematik wird beim Werbekonzept berücksichtigt.

3. Digitalisierung

Allgemeine Handlungsempfehlung: Prüfen, inwiefern dieses Ergebnis in das Werbekonzept eingehen kann

A) Helligkeit Werbeträger

Stellungnahme Verwaltung:
Ein helligkeitsgesteuerte Dimmertechnik gehört zur Standardausstattung eines jeden digitalen Werbeträgers. Im Werbekonzept wird dies zusätzlich gefordert. Die Anzahl digitaler zu analogen Werbeträgern steht nicht in einem ausgeglichenen Verhältnis.
Die Thematik wird beim Werbekonzept berücksichtigt.

B) Platzierung Werbeträger

Stellungnahme Verwaltung:
Gute Werbeträgerstandorte definieren sich über Kontakte mit Zielgruppen für die jeweiligen Werbeinhalte. Das ist unabhängig davon, ob es sich um die Ortsmitte oder um ein Randgebiet handelt. Zielgruppenorientiert werden die besten Standorte mit den jeweils besten Werbeträgerarten ausgestattet. Je höher die werbefachliche Standortignung, desto werthaltiger der Werbeträger. Die Festlegung erfolgt in der Standortliste.
Die Thematik wird beim Werbekonzept berücksichtigt.

4. Zusätzliche Inhalte

4.1. Zusatzinformationen über Stadt

Allgemeine Handlungsempfehlung: Prüfen, welchen Umfang das geforderte Kontingent an Werbezeit und -fläche im Werbekonzept / Ausschreibung haben soll. Kommunikation stadintern über die Wünsche zur Ausrichtung der Informationen, die über diese Kontingente ausgespielt werden.

A) Städtisch: Feste, Märkte, Ehrenamtsangebote, Veranstaltungen, Bürgerbeteiligungsangebote, Ortsbeiratssitzungen, Schließzeiten der Ortsverwaltung

Stellungnahme Verwaltung:
Die Möglichkeit der rabattierten Eigen- und Kulturwerbung in einem definierten Volumen (400.000 € für analoge Werbeträger und 19.200 Einblendungen für digitale Werbeträger) in analogen und digitalen Werbeträgern wird Bestandteil des zukünftigen Werbekonzeptes sein.
Die Thematik wird beim Werbekonzept berücksichtigt.

B) Vereine: Angebote, Veranstaltungen

Stellungnahme Verwaltung:
Zukünftiger Vertragspartner mit einem Konzessionär wird alleine die Stadt sein und keine Vereine. Das o. g. Kontingent an Eigenwerbung umfasst außerdem auch einen Bereich für Kulturwerbung, sodass Vereine und bestimmte Anliegen durch die Stadt gefördert werden können, wenn bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind.
Die Thematik wird beim Werbekonzept berücksichtigt.

II. Nicht umsetzbare Maßnahmen

Die Bearbeitung bzw. Berücksichtigung dieser Themen ist nicht möglich.

1. Wartehallen und Haltestellen

1.2. Ziel Sauberkeit steigern

Allgemeine Handlungsempfehlung: Prüfen, inwiefern diese Wünsche bei Wartehallen im Rahmen des Werbekonzepts berücksichtigt werden können. Hinweis auf regelmäßige Wartung und Reinigung an die Verantwortlichen, überlegenswert wären in dem Zusammenhang auch Anreizsysteme (z.B. Abstimmung durch Kippen Einwurf)

A) Überdachung von Mülleimern

Stellungnahme Verwaltung:
Es handelt sich um ein Kopplungsgeschäft (Werberechte gegen Aufbau und Betrieb von Mülleimern) und hängt nicht mit der Ausschreibung der neuen Werberechte zusammen. Außerdem liegt die Zuständigkeit für die Aufstellung und Leerung der Mülleimer bei der MVG, welches das Amt 70 beauftragt. Die Kosten dafür teilen sich der Eigenbetrieb und die MVG hälftig. Rechtlich besteht keine Verpflichtung des Verkehrsunternehmens, an Haltestellen Papierkörbe vorzuhalten.
Die Thematik wird nicht beim Werbekonzept berücksichtigt.

B) Größere Mülleimer oder häufigere Leerung

Stellungnahme Verwaltung:
Die gesamte Thematik Mülleimer an Wartehallen hängt nicht mit der Ausschreibung der neuen Werberechte zusammen (siehe A).
Die Thematik wird nicht beim Werbekonzept berücksichtigt.

C) Aschenbecher an Mülleimern

Stellungnahme Verwaltung:
Die gesamte Thematik Mülleimer an Wartehallen hängt nicht mit der Ausschreibung der neuen Werberechte zusammen.
Die Thematik wird <u>nicht</u> beim Werbekonzept berücksichtigt.

D) Rauchverbot

Stellungnahme Verwaltung:
Ein Rauchverbot in Wartehallen war schon Gegenstand einer Prüfung durch das Rechtsamt. Für ein Rauchverbot an öffentlichen Haltestellen gibt es noch keine Rechtsgrundlage. Zudem kann ein Konzessionär kein Rauchverbot auf öffentlichem Grund aussprechen.
Die Thematik wird <u>nicht</u> beim Werbekonzept berücksichtigt.

1.3. Ziel: Sicherheitsgefühl verbessern

Allgemeine Handlungsempfehlung: Weitergabe an MVG

A) Notfallrufknopf

Stellungnahme Verwaltung:
Die Wartehallen sind generell Teil des öffentlichen Raums. Bei Notfällen können die entsprechenden Einsatzkräfte (Polizei, Notarzt, Feuerwehr) gerufen werden. Im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Fahrgastbetrieb besteht außerdem ein Informationskanal über das Fahrpersonal vor Ort.
Die Thematik wird <u>nicht</u> beim Werbekonzept berücksichtigt.

B) Videoüberwachung

Stellungnahme Verwaltung:
Eine allgemeine Videoüberwachung im öffentlichen Raum ist aus datenschutzrechtlichen Gründen unzulässig.
Die Thematik wird <u>nicht</u> beim Werbekonzept berücksichtigt.

1.6. Ziel: Haltestellen der Zukunft schaffen

Allgemeine Handlungsempfehlung:

Prüfen, inwiefern diese Wünsche bei Wartehallen im Rahmen des Werbekonzepts berücksichtigt werden können

A) Solarpanele

Stellungnahme Verwaltung:
Gemäß Stadtratsauftrag werden künftig nur noch Wartehallen mit Dachbegrünung verwendet (Modell Kienzler K 26). Damit ist kein Platz für zusätzliche Solaranlagen vorhanden, da sich diese Nutzungen ausschließen. Solaranlagen werden nicht Gegenstand des Werbekonzeptes, dafür aber die Dachbegrünung von Wartehallen (siehe I. 1.5 C).
Die Thematik wird <u>nicht</u> beim Werbekonzept berücksichtigt.

B) Wasserspender

Stellungnahme Verwaltung:
Wasserspender sind relevant für den öffentlichen Raum der Zukunft, aber nicht Gegenstand der Werberechte.
Die Thematik wird <u>nicht</u> beim Werbekonzept berücksichtigt.

2. Werbeinhalte

2.1. Positiv wahrgenommene Werbeinhalte

Allgemeine Handlungsempfehlung: Aufnahme in das Werbekonzept prüfen

A) Regionale Produkte und Angebote

Stellungnahme Verwaltung:
Es ergibt sich das Problem, dass zu unterscheiden ist, was regionale Werbung, im Gegensatz zu nationaler und/oder internationaler Werbung ist (z. B. wenn eine lokal ansässige und geführte Auto-Niederlassung eines internationalen Konzerns, die bundesweite Einführung eines neuen E-Automodells bewerben will), weshalb bisher jede Kommune davon abgesehen hat.
Die Thematik wird nicht beim Werbekonzept berücksichtigt.

2.2. Negativ wahrgenommene Werbeinhalte

Allgemeine Handlungsempfehlung: Hinweis im Werbekonzept/Ausschreibung auf Einhaltung der gesetzlichen Werbeverbote; ggf. Prüfung.

A) Rechte Inhalte

Stellungnahme Verwaltung:
Offene Begriffe wie z. B. „rechte“ oder auch „linke“ Inhalte sind bezgl. auszusprechender Werbeverbote schwierig zu greifen/definieren. Alle politischen Inhalte, die nicht verboten sind, können sich auf die Meinungsfreiheit berufen. Eine Zensur kommt nach Ansicht des Rechtsamtes nicht in Betracht. Allen Parteien muss es beispielsweise möglich sein, Werbung beim zukünftigen Konzessionär zu beauftragen. Für die Stadt gilt insoweit der Neutralitätsgrundsatz.
Die Thematik wird nicht beim Werbekonzept berücksichtigt.

3. Zusätzliche Inhalte

3.1. Zusatzinformationen über Konzessionsnehmer

Allgemeine Handlungsempfehlung: Prüfen, inwiefern diese Zusatzinformationen von potenziellen Konzessionsnehmern geliefert werden können oder ob diese Angaben bereits den Kreis der potenziellen Wettbewerbsteilnehmer einschränken.

A) Regionale Nachrichten

Stellungnahme Verwaltung:
Eine zwingende Vorgabe im Werbekonzept zum Senden/Zeigen z. B. regionaler/nationaler Nachrichten kann die Anzahl der Wettbewerber um die Werberechte einschränken. Aktuell hat nur DSM/STRÖER bundesweit diese Art von Sendeinhalten (-> T-Online) in digitalen Werbeträgern.
Die Thematik wird nicht beim Werbekonzept berücksichtigt, soll aber als optionaler Zusatzpunkt bei der Ausschreibung bewertet werden.

B) Wetter

Stellungnahme Verwaltung:
Eine zwingende Vorgabe im Werbekonzept zum Senden/Zeigen von Wetterinformationen Nachrichten kann die Anzahl der Wettbewerber um die Werberechte einschränken. Aktuell hat nur DSM/STRÖER bundesweit diese Art von Sendeinhalten (-> T-Online) in digitalen Werbeträgern.
Die Thematik wird nicht beim Werbekonzept berücksichtigt, soll aber als optionaler Zusatzpunkt bei der Ausschreibung bewertet werden.

C) Sportnachrichten

Stellungnahme Verwaltung:
Eine zwingende Vorgabe im Werbekonzept zum Senden/Zeigen von Sportnachrichten kann die Anzahl der Wettbewerber um die Werberechte einschränken. Aktuell hat nur DSM/STRÖER bundesweit diese Art von Sendehalten (-> T-Online) in digitalen Werbeträgern.
Die Thematik wird nicht beim Werbekonzept berücksichtigt, soll aber als optionaler Zusatzpunkt bei der Ausschreibung bewertet werden.

D) Katastrophenmeldungen

Stellungnahme Verwaltung:
Die Nutzung von digitalen Werbeträgern für offizielle Katastrophenwarnmeldungen in Kombination mit Katwarn und Nina wird vom Katastrophenschutz begrüßt. Eine effektive Nutzung setzt eine hohe Abdeckung des Stadtgebietes mit digitalen Werbeträgern voraus. Je größer die Anzahl der zur Verfügung stehenden digitalen Werbeträgern, desto größer ist die Anzahl der Bürger:innen, die hierdurch informiert werden können. Zusätzlich gab es bereits Versuche, auch die Fahrgastanzeiger der Mainzer Mobilität an Bus- und Straßenbahnhaltstellen als Warnmultiplikator im Stadtgebiet zu nutzen. Hierzu sind noch Details zu klären, wie das System über MoWaS angesteuert werden kann.
Die Thematik wird nicht beim Werbekonzept berücksichtigt, soll aber als optionaler Zusatzpunkt bei der Ausschreibung bewertet werden.

E) Funfacts

Stellungnahme Verwaltung:
Eine zwingende Vorgabe, z. B. zwingend T-Online-Nachrichten zu senden, schränkt den Teilnehmerkreis ein, da T-Online und DSM/STRÖER Partner sind.
Die Thematik wird nicht beim Werbekonzept berücksichtigt.



Mainzer Netze GmbH • Rheinallee 41 • 55118 Mainz

Stadtverwaltung Mainz
Ortsvorsteherin Mainz-Gonsenheim
Frau Sabine Flegel
Postfach 3620
55026 Mainz

Technische Planung /
Engineering

Rheinallee 41

Ihr Ansprechpartner
Bruno Fritsche

E-Mail
bruno.fritsche@mainzer-netze.de

Telefon
06131 / 12 -6130

Datum
19.01.2024

Information über geplante Baumaßnahmen 2024

Sehr geehrte Frau Flegel,

wie jedes Jahr möchten wir Sie gerne auch 2024 vorab über die Baumaßnahmen informieren, die durch die Unternehmen der Mainzer Stadtwerke Unternehmensgruppe geplant sind.

Beiliegend übersenden wir Ihnen eine Aufstellung sowie einen Übersichtsplan der Baumaßnahmen, die wir nach aktuellem Planungsstand in Ihrem Ortsteil vorgesehen haben.

Die Baumaßnahmen wurden bereits im letzten Jahr über die Koordinierungsstelle der Stadt Mainz abgestimmt.

In den Unterlagen sind die Projektverantwortlichen unseres Hauses, sowie deren Kontaktdaten genannt. Selbstverständlich steht Ihnen auch Herr Bruno Fritsche aus unserem Bereich „Technische Planung und Engineering“ als Ansprechpartner unter 06131 / 12-6130 oder per E-Mail: bruno.fritsche@mainzer-netze.de zur Verfügung, falls Sie weitere Informationen wünschen.

Ferner bieten wir Ihnen an, sich im Internet über die laufenden Baumaßnahmen auf unserer Homepage unter <https://www.mainzer-netze.de/service/baumassnahmen> zu informieren. Die Internetseite wird regelmäßig aktualisiert.

Mit freundlichen Grüßen
Mainzer Netze GmbH
ppa.

Kerstin Stumpf

Anlagen

i. A.

Bruno Fritsche

Baumaßnahmen 2024

der

Mainzer Netze GmbH

der

Mainzer Mobilität

und der

Mainzer Fernwärme GmbH

in Mainz-Gonsenheim

Stand: 15.01.2024

Baumaßnahmen 2024 in Gonsenheim

Mainzer Netze GmbH

Nr.	von bis	Projekt- kennung	Ort	Baumaßnahme	beteiligteSparten					Projektleiter	Telefon	E-Mail
					G	W	E	Fm.	Bel.			
182	2024 / 1. 2024 / 4.	TP01239	Gonsenheim	An den Reben	<input checked="" type="checkbox"/>	Hr. Baumgärtner	06131-12-6478	timo.baumgaertner@mainzer-netze.de				

Mainzer Mobilität

Nr.	von bis	Projekt- kennung	Ort	Baumaßnahme	beteiligteSparten					Projektleiter	Telefon	E-Mail
					G	W	E	Fm.	Bel.			
2	2024 / 1. 2024 / 4.	MM02	Gonsenheim	Elbestraße, Erneuerung Gleiswechsel	<input type="checkbox"/>	Hr. Semma	06131/12-6259	philippe.semma@mainzer-mobilitaet.de				
22	2024 / 2. 2024 / 3.	MM22	Gonsenheim	barrierefr. Ausbau HS Kapellenstr.	<input type="checkbox"/>	Fr. Irlern	0151-116186377	merve.irlern@mainzer-mobilitaet.de				

Mainzer Fernwärme GmbH

Nr.	von bis	Projekt- kennung	Ort	Baumaßnahme	beteiligteSparten					Projektleiter	Telefon	E-Mail
					G	W	E	Fm.	Bel.			
28	2024 / 1. 2024 / 4.	MFW28	Gonsenheim	Areal Elsa-Brandström-Str., Netzerweiterung / Hausanschlüsse	<input type="checkbox"/>	Hr. Strobel	06131-97613472	florian.strobel@kmw-ag.de				

Ansprechpersonen:

Stadtwerke Mainz Netze GmbH
Baumaßnahmen

Kerstin Stumpf,
Leiterin Netzservice und Facility Management
Telefon 06131/126700
email: kerstin.stumpf@mainzer-netze.de

Timo Baumgärtner,
Leiter Technische Planung / Engineering
Telefon: 06131/126478
email: timo.baumgaertner@mainzer-netze.de

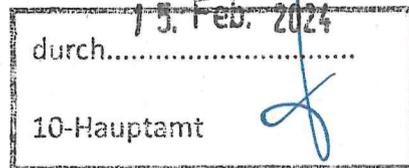


Stadtverwaltung Mainz | Dezernat III | Postfach 3820 | 55028 Mainz

Ortsbeirat Mainz-Gonsenheim

über

10 - Hauptamt



Dezernat für Wirtschaft,
Stadtentwicklung, Liegenschaften
und Ordnungswesen
Postfach 3820
55028 Mainz
Stadthaus Große Bleiche
Große Bleiche 46/Löwenhofstraße 1

Ansprechperson
Katja Braun
Tel 0 61 31 - 12 23 50
Fax 0 61 31 - 12 23 63
katja.braun@stadt.mainz.de
www.mainz.de

Mainz, 16. Januar 2024

**Sitzung vom 14.11.2023, TOP 16 Mitteilungen und Verschiedenes
hier: Toilettenhäuschen Alter Friedhof**

Sehr geehrte Damen und Herren,

hinsichtlich des Toilettenhäuschens Alter Friedhof, unter Punkt 16 der Sitzung vom 14.11.2023, wird wie folgt Stellung genommen:

Im Zuge der Bürgerbeteiligung wurde für den Stadtteil Gonsenheim dieser Standort am häufigsten genannt. Ein weiterer potentieller Standort in unmittelbarer Nähe konnte am Wildpark identifiziert werden. Aufgrund der überlappenden Erreichbarkeitsradien wurde seitens KIM die Empfehlung ausgesprochen, lediglich einen der beiden Standortvorschläge zu realisieren.

Welcher Standort sodann letztlich realisiert wird, ist im weiteren Verlauf näher zu betrachten.

Mit freundlichen Grüßen

Manuela Matz
Wirtschaftsdezernentin