

zu TOP

Mainz, 16.09.2025

Anfrage 1434/2025 zur Sitzung am 01.10.2025

Ergebnisse der Ausschreibung zum Werberechtsvertrag (DIE GRÜNEN)

In der Antwort zur Anfrage 1126/2025 teilte die Verwaltung am 20. August 2025 mit, dass die Ausschreibung der Werberechte im öffentlichen Straßenraum ab dem 1. Januar 2026 in zwei Phasen verlaufe, zwischen dem 27. Juni und dem 22. September 2025. Mit Beschluss 0951/2024 gab der Stadtrat der Verwaltung einige Auflagen, die die Ausschreibung zu erfüllen haben würde.

Nun nach Abschluss der Ausschreibung, soll der Stadtrat in der Lage versetzt werden, zu prüfen, ob und wie diese Auflagen in der Ausschreibung erfüllt wurden. Da es nach der heutigen Ratssitzung nur noch eine reguläre Sitzung vor Ablauf des bestehenden Vertrags gibt, in der vermutlich der neue Vertrag dem Rat vorgelegt werden wird, sollten die Ergebnisse mit entsprechendem Vorlauf zur November-Sitzung bekannt gemacht werden, um genügend Zeit für etwa erforderlichen Nachverhandlungen vor der Entscheidung zu ermöglichen, und den Rat nicht unter Zugzwang zu setzen.

Am 30. April 2024 verschickte das Wirtschaftsdezernat an die Ortsvorsteher:innen eine Liste der Werbestandorte, betonte aber, dass die Standortliste einem ständigen Wechsel unterliege und deswegen kein Bestandteil von Vorlage 0300/2024 sei. In der Antwort zur Anfrage 1565/2024 befürchtete die Verwaltung — für den Fall, dass Standortvorgaben der Ortsbeiräte, wie im Beschluss 0951/2024 vorgesehen, Berücksichtigung fänden — „dass Bieter sich ggfs. gegen die Abgabe eines Angebots entscheiden oder eine geringe bzw. gar keine Pacht anbieten, da der nichtmonetäre Aufwand (z. B. der Aufbau und Betrieb von Wartehallen) darüberhinausgehende zusätzliche monetäre Entgelte in EUR ggf. nicht ermöglicht.“ Weiterhin bestätigte die Verwaltung, dass „Verhandlungen zu eingegangenen Angeboten“ „optional möglich“ seien.

Wir fragen daher die Verwaltung:

1. Wie viele Angebote wurden in welcher Höhe abgegeben? (Falls die Ausschreibungsergebnisse vertraulich bleiben müssen, kann die Beantwortung dieser Frage in nichtöffentlicher Sitzung erfolgen.)
2. Inwieweit hat sich die Befürchtung der Verwaltung, die im Vortext zitiert wurde, hinsichtlich geringe oder gar keine Pachtangebote, bewahrheitet?
3. Sind weitere Verhandlungen zu den eingegangenen Angeboten vorgesehen oder bereits erfolgt? Falls ja, mit welcher Zielsetzung bzw. Ergebnis?
4. In welchen Ortsbeiräten wurde die Standortliste (nach ihrer Verschickung am 30. April 2024) an welchen Tagen beraten, und welche Empfehlungen gaben die Ortsbeiräte für die Ausschreibung bei dieser Beteiligung? Für den Fall, dass es Ortsbeiräte gibt, die nicht entsprechend des Stadtratsbeschlusses beteiligt wurden, woher nimmt die Verwaltung die Zuversicht, dass die Stadtratsfraktionen ihre Auflage, die Ortsbeiräte rechtzeitig zu beteiligen, als erfüllt betrachten werden?
5. In der Antwort zur Anfrage 1126/2025 heißt es: „dass die bilanzierte Klimaneutralität der von ihm im Rahmen des Vertrages betriebene Werbeanlagen bis 2035 zu gewährleisten ist. Die Stadt kann 2035 einen entsprechenden Nachweis verlangen.“ Welche Faktoren werden in diesem Nachweis berücksichtigt sein (Herstellungs-, Entsorgungs- und Materialaufwand über den ganzen Lebenszyklus der Anlagen oder nur die reinen Betriebs- bzw. Energiekosten)? Welche Sanktionen sind für den Fall vorgesehen, dass der Nachweis nicht erbracht wird (vorzeitiger Rückbau der Anlagen mit entsprechendem rückbaubedingten CO₂-Ausstoß?) und welche Regelung gilt dann für die verbleibenden fünf Jahre der Vertragslaufzeit?
6. Da es bei der bisher vorherrschenden Systematik der Ämterkoordinierung der Standorte möglich war, verkehrsbehindernde oder stadtbildbeeinträchtigende Standorte zu vergeben, wie z.B. im Umbach oder Am Stefansberg, welche Verschärfungen in der Standortauswahl werden im neuen Vertrag vorgesehen, damit so etwas nicht wieder vorkommt? Falls keine, woher nimmt die Verwaltung die Zuversicht, dass die Stadtratsfraktionen ihre Auflage hinsichtlich der Standortauswahl als erfüllt betrachten werden?
7. In der Antwort zur Anfrage 1126/2025 heißt es: „dass die LHM den zwingenden Aufbau einer regionalen Vertriebsstruktur durch den Neukonzessionär erwartet,“ um die Vorgabe des Stadtrats hinsichtlich örtlicher und regionaler Werbung zu entsprechen. Welche Autonomie hat eine regionale Vertriebsstruktur gegenüber der Konzernleitung, um den Vorrang örtlicher Werbung gegenüber Werbung, die konzernweit geschaltet werden soll, zu gewährleisten?
8. In welcher Höhe ist die Vertragsstrafe für Vertragsverstöße, insbesondere sexistische und rassistische Werbung, vorgesehen, und welche unabhängigen Gremien werden für die Bestätigung der Verstöße für verantwortlich erklärt?

Dr. Brian Huck
(Mitglied des Stadtrats)