



Antwort zur Anfrage Nr. 0711/2011 der SPD-Stadtratsfraktion betreffend **Werbung im öffentlichen Raum der Stadt Mainz (SPD)**

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

Die Verwaltung hat mit umfassender Vorarbeit und Verhandlungen einen Vertragsabschluss mit der DSM Ströer AG erzielt, aus dem zukünftig durchschnittlich Mehreinnahmen von 930.000 Euro pro Jahr resultieren.

Solche Verfahren wurden in anderen deutschen Städten nur unter Einbezug externer Berater und Kanzleien durchgeführt - mit den entsprechenden Kosten.

Die Verwaltung der Stadt Mainz hat das Verfahren über erhebliche Mehrarbeit ohne jegliche und zusätzliche Unterstützung Dritter durchgeführt und im Ergebnis o. a. die genannten Mehreinnahmen generiert.

Zu den Fragen nimmt die Verwaltung wie folgt Stellung:

- 1) Wie stellt sich die Umsetzungs- und Zeitplanung für den vollständigen Austausch aller bestehenden Werbeträger im Konkreten dar? Welcher Zeitraum wurde für die Umsetzung vertraglich vereinbart?

Für die Wartehallen stimmen die Fachämter und die MVG mbH mit dem Vertragspartner z. Z. die Umsetzung und Zeitplanung ab. Hier wird der Vertragspartner innerhalb der nächsten vier Jahre erhebliche Investitionen tätigen. Für die weiteren Werbeträger erfolgt ebenso eine Abstimmung bez. Austausch, auch im Sinne einer Optimierung des Werbeträgernetzes.

- 2) Wurde die mittelfristige Verlagerung des regionalen Vertriebsbüros, wie von der DSM Deutsche Städte Medien GmbH angeboten, vertraglich vereinbart?

Nein, sie wurde mündlich vereinbart.

- 3) Wie beabsichtigt die Verwaltung, die Einnahmen aus der umsatzabhängigen Pacht zu überprüfen?

Die Verwaltung wird die Abrechnung der Entgelte mindestens einmal jährlich prüfen.

Mainz, 23.01.2014

gez.
Christopher Sitte
Beigeordneter