

Bericht und Antrag 41 an den Grossen Stadtrat von Luzern

Abschluss von Konzessionsverträgen für die Bewirtschaftung der Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern

- Ermächtigung des Stadtrates zur Unterzeichnung
- Sonderkredit für Plakat-Dienstleistungen im Auftrag der Stadt Luzern

**Vom Stadtrat zuhanden des Grossen Stadtrates verabschiedet
mit StB 784 vom 22. November 2023**

Vom Grossen Stadtrat beschlossen am 29. Februar 2024

Politische und strategische Referenz

Politischer Grundauftrag

In Kürze

Auf Grundstücken der Stadt Luzern (auf öffentlichem Grund, Verwaltungsvermögen und Finanzvermögen) stehen rund 560 Plakatstellen in verschiedenen Formaten. Die aktuellen Plakatverträge der Stadt Luzern mit den verschiedenen Plakatifirmen laufen am 30. Juni 2024 aus. Der Stadtrat schrieb deshalb im Februar 2023 die Plakatverträge für den Zeitraum vom 1. Juli 2024 bis 30. Juni 2032 erneut öffentlich aus. Die Bewirtschaftung der rund 560 Plakatstellen wurde in drei Lose gegliedert. Für jedes Los soll eine separate Konzession erteilt werden.

In jeder Konzession sind auch Dienstleistungen integriert (z. B. Rabatte Wahl- und Abstimmungsplakate, Rabatte auf Plakate für Kultur- und Sportveranstaltungen, Betrieb Kulturplakatsäulen usw.), welche die Plakatifirma im Auftrag der Stadt Luzern zu erbringen hat. Um Transparenz zwischen den Einnahmen aus der Bewirtschaftung der Plakatstellen und den Ausgaben für die Dienstleistungen zu erhalten, wurden in der Ausschreibung getrennte Angaben zur Bewirtschaftung der Plakatstellen und zu den Dienstleistungen verlangt. Damit kann das Bruttoprinzip eingehalten werden. Zudem kann dank der Offerten der finanzielle Aufwand für jede Dienstleistung deklariert werden, und die effektiven Aufwendungen der einzelnen Dienstleistungen (z. B. effektiv gewährte Rabatte) können abgerechnet werden.

Die erneute Ausschreibung der Konzessionen ist ein idealer Zeitpunkt, um Veränderungen am Bestand der Plakatstellen vorzunehmen. So werden im Zusammenhang mit der Aufwertung öffentlicher Stadträume und Bauten, die unter Denkmalschutz stehen, im Hinblick auf das Inkrafttreten der neuen Konzessionsverträge etwa 16 Plakatstellen abgebaut. Im Zusammenhang mit der Umsetzung des Behindertengleichstellungsgesetzes an Bushaltestellen (B+A 34 vom 12. Dezember 2018: «Umsetzung des Behindertengleichstellungsgesetzes: Massnahmen an den Bushaltestellen auf den Gemeindestrassen der Stadt Luzern» [\[Link\]](#)) werden an verschiedenen Bushaltestellen Personenunterstände realisiert. An vier Standorten werden neue Plakatstellen in die geplanten Personenunterstände integriert. Zudem beabsichtigt der Stadtrat, im Rahmen der neuen Vergabe der Konzessionen fünf analoge Cityplanstellen in der Innenstadt in digitale Reklame- und Informationsstelen umzubauen und nach Möglichkeit an weiteren Bushaltestellen Plakatstellen in neuen Personenunterständen zu erstellen. Die 2017/2018 realisierten Reklame- und Informationsstelen eignen sich auch zur Information der Bevölkerung. Die Informationen sollen jedoch nicht nur in der Innenstadt, sondern auch in den Quartieren vermittelt werden. Als Pilotprojekt werden in drei bis vier Quartierzentren digitale Reklame- und Informationsstelen erstellt.

Im Rahmen der öffentlichen Ausschreibung reichten zwei Plakatifirmen Angebote zu den drei ausgeschriebenen Konzessionen ein. Die Plakatifirma Goldbach Neo OOH AG (vormals Clear Channel Schweiz AG) hat zu allen Konzessionen das vorteilhafteste Angebot eingereicht. Bereits mit den aktuell laufenden Verträgen (Vertragsperiode 1. Juli 2016 bis 30. Juni 2024) arbeitet die Stadt Luzern mit der Plakatifirma Clear Channel Schweiz AG zusammen. Die Zusammenarbeit war sehr gut. Gestützt auf die neuen Konzessionsverträge wird die Stadt Luzern rund Fr. 90'000.– pro Jahr mehr einnehmen als in den letzten Jahren.

Mit dem vorliegenden Bericht und Antrag beantragt der Stadtrat, ihn zum Abschluss der drei Konzessionsverträge mit der Plakatifirma Goldbach Neo OOH AG (vormals Clear Channel Schweiz AG) zu ermächtigen. Gleichzeitig beantragt er einen Sonderkredit für die durch die Stadt bei der Plakatifirma in Auftrag gegebenen Plakat-Dienstleistungen.

Inhaltsverzeichnis	Seite
1 Ausgangslage	5
1.1 Rechtlicher Rahmen.....	5
1.2 Aktuelle Konzessionsverträge	6
2 Ausschreibung der Konzessionen per 1. Juli 2024	6
2.1 Gliederung in drei Lose	6
2.2 Plakatstellenbestand	6
2.3 Potenzial für den Ausbau des Bestandes an Plakatstellen	7
2.3.1 Plakatstellen in neuen Personenunterständen an Bushaltestellen.....	7
2.3.2 Umbau von analogen Cityplanstellen in digitale Reklame- und Informationsstelen	8
2.3.3 Pilotprojekt digitale Reklame- und Informationsstelen in den Quartierzentren.....	8
2.4 Veränderungen am Plakatstellenbestand	8
2.4.1 Kompensation für digitale Reklame- und Informationsstelen bereits erfolgt	8
2.4.2 Vorgaben zum Betrieb der digitalen Reklamestelen (Animationsrichtlinie).....	8
2.5 Dienstleistungen im Auftrag der Stadt Luzern	9
3 Formen der Plakatierung ausserhalb der aktuellen Ausschreibung	10
3.1 Kleinplakate (Los 4)	10
3.2 Plakatierung bei Wahlen und Abstimmungen (B+A 5/2019)	10
3.3 Ortsabhängige Kampagnen der Stadt Luzern auf F4-Plakatständern	11
3.4 Plakate im direkten Zusammenhang mit einer Veranstaltung.....	11
3.5 Plakatausstellung Freigleis.....	11
3.6 Plakatfestival.....	11
4 Einzuhaltende Rahmenbedingungen	12
4.1 Vertragsdauer	12
4.2 Einschränkung des Plakatinhalts	12
4.2.1 Nicht erlaubte Plakatinhalte	12
4.2.2 Vorgehen bei heiklem Plakatinhalt.....	12
4.3 Eigentum der Infrastruktur / Eigentumsübertragung der Infrastruktur.....	12
5 Eingereichte Offerten / Zuschläge und Vergabe	13
5.1 Eingereichte Offerte je Los	13

5.2	Eignungskriterien und Zuschlags-/Vergabekriterien	13
5.2.1	Eignungskriterien	13
5.2.2	Zuschlags-/Vergabekriterien.....	13
5.3	Clear Channel Schweiz AG heisst neu Goldbach Neo OOH AG	13
5.4	Zuschläge für die Lose 1 und 2 / Vergabe für Los 3.....	14
5.4.1	Los 1: Papierplakate ausserhalb von Personenunterständen an Bushaltestellen.....	14
5.4.2	Los 2: Leuchtplakate ausserhalb von Personenunterständen an Bushaltestellen, analoge Cityplanstellen, digitale Reklamestelen	14
5.4.3	Los 3: Papierplakate und Leuchtplakate in Personenunterständen an Bushaltestellen	14
5.5	Rechtskraft der Zuschläge und Vergabe.....	14
6	Konzessionsverträge mit der Plakatifirma Goldbach Neo OOH AG	14
6.1	Eigentumsübertragung der Infrastruktur.....	14
7	Potenzielle Erneuerung der Konzession für Kleinplakate (Los 4)	15
8	Finanzielle Auswirkungen	15
8.1	Gegenseitige Transparenz dank Fixpreis je Plakatstelle	15
8.2	Transparenz zwischen Einnahmen und Ausgaben (Bruttoprinzip).....	15
8.2.1	Einnahmen aus der Bewirtschaftung der Plakatstellen.....	15
8.2.2	Ausgaben für Dienstleistungen im Auftrag der Stadt Luzern.....	16
8.3	Vergleich bestehende/neue Konzessionen	16
8.4	Wert der Konzessionen	17
8.5	Kreditrecht und betroffene Konten	17
9	Antrag	18

Beilagen

- 1 Konzessionsvertrag (Entwurf) betreffend Plakatierung an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern, Los 1
- 2 Konzessionsvertrag (Entwurf) betreffend Plakatierung an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern, Los 2
- 3 Konzessionsvertrag (Entwurf) betreffend Plakatierung an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern, Los 3

Der Stadtrat von Luzern an den Grossen Stadtrat von Luzern

Sehr geehrter Herr Präsident
Sehr geehrte Damen und Herren

1 Ausgangslage

Auf den Grundstücken der Stadt Luzern stehen rund 560 Plakatstellen in verschiedenen Formaten. Ein Grossteil davon befindet sich auf Flächen, die als öffentlicher Grund gelten. Die aktuellen Plakatverträge der Stadt Luzern mit den verschiedenen Plakatifirmen, welche 2015 mit einer öffentlichen Ausschreibung vergeben wurden ([B+A 38 vom 9. Dezember 2015](#): «Verträge Plakatierung auf öffentlichem Grund und Grundstücken der Stadt Luzern»), laufen am 30. Juni 2024 aus. Der Stadtrat hat deshalb am 13. Februar 2023 die Plakatverträge für den Zeitraum vom 1. Juli 2024 bis 30. Juni 2032 öffentlich ausgeschrieben.

1.1 Rechtlicher Rahmen

Die Stadt Luzern schrieb die Konzessionen gestützt auf Art. 9 der Interkantonalen Vereinbarung über das öffentliche Beschaffungswesen vom 15. November 2019 ([IVöB; SRL Nr. 733b](#)) aus. Die Ausschreibung erfolgte im offenen Verfahren. Die Vergabe von Konzessionen hat gestützt auf Art. 2 Abs. 7 des Bundesgesetzes über den Binnenmarkt vom 6. Oktober 1995 (Binnenmarktgesetz, [BGBM; SR 943.02](#)) auf dem Weg der Ausschreibung zu erfolgen. Gemäss Art. 9 IVöB gilt die Verleihung einer Konzession als öffentlicher Auftrag, wenn «dem Anbieter dadurch ausschliessliche Rechte zukommen, die er im öffentlichen Interesse wahrnimmt, und ihm dafür direkt oder indirekt ein Entgelt oder eine Abgeltung zukommt». Weil die Stadt Luzern in den drei Losen die Plakatifirma mit der Erbringung verschiedener Dienstleistungen (z. B. kostenlose Plakate für städtische Anliegen, Rabatte für Plakate für Kultur- und Sportveranstaltungen sowie für Wahlen und Abstimmungen) beauftragt, was einem exklusiven Auftrag entspricht, wurde für das Ausschreibungsverfahren das strenge Verfahren gemäss IVöB und nicht gemäss BGBM gewählt.

Den Abschluss von Konzessionsverträgen bis zu einem Wert von 15 Mio. Franken hat der Grosse Stadtrat zu bewilligen (Art. 69 lit. f Ziff. 14 in Verbindung mit Art. 67 lit. e Ziff. 8 der Gemeindeordnung der Stadt Luzern vom 7. Februar 1999 [[GO; sRSL 0.1.1.1.1](#)]). Sein Beschluss unterliegt nach Art. 68 lit. e Ziff. 11 GO dem fakultativen Referendum.

Mit dem vorliegenden Bericht und Antrag soll der Grosse Stadtrat den Stadtrat ermächtigen, folgende drei Konzessionen abzuschliessen:

- Konzessionsvertrag betreffend Plakatierung an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern, Los 1 mit einem Wert von Fr. 10'738'488.–;
- Konzessionsvertrag betreffend Plakatierung an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern, Los 2 mit einem Wert von Fr. 12'878'352.–;
- Konzessionsvertrag betreffend Plakatierung an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern, Los 3 mit einem Wert von Fr. 2'977'984.–.

Mit den Konzessionen sind Dienstleistungen verbunden, welche die Plakatifirma im Auftrag der Stadt Luzern erbringt. Mit dem vorliegenden Bericht und Antrag wird für die Plakat-Dienstleistungen im Auftrag der Stadt Luzern in der Höhe von Fr. 2'054'000.– ein Sonderkredit (§ 34 Abs. 2 lit. a des Gesetzes über den Finanzhaushalt der Gemeinden vom 20. Juni 2016, [FHGG; SRL Nr. 160](#), in Verbindung mit Art. 69 lit. b Ziff. 3 der Gemeindeordnung der Stadt Luzern beantragt.

Die Gemeindeordnung befindet sich in einer Teilrevision. Die entsprechenden GO-Bestimmungen werden bei Inkrafttreten des [B+A 18/2023](#) angepasst.

1.2 Aktuelle Konzessionsverträge

Die Stadt Luzern verfügt zurzeit über folgende Verträge (1. Juli 2016 bis 30. Juni 2024):

- **Los 1:** Papierplakate ausserhalb von Personenunterständen an Bushaltestellen und Kulturplakatsäulen, Vertragspartnerin: **Clear Channel Schweiz AG**
- **Los 2:** Leuchtplakate ausserhalb von Personenunterständen an Bushaltestellen und digitale Reklame- und Informationsstelen, Vertragspartnerin: **Clear Channel Schweiz AG**
- **Los 3:** Leuchtplakate und Papierplakate in Personenunterständen an Bushaltestellen, Vertragspartnerin: **Clear Channel Schweiz AG**
- **Los 4:** Kleinplakate (A3, A2), Vertragspartnerin: **Modul AG**
- **Vertrag Bushaltestellen Littau:** Leuchtplakate und Papierplakate in Personenunterständen an Bushaltestellen in Littau, Vertragspartnerin: **APG|SGA, Allgemeine Plakatgesellschaft AG**

Am 30. Juni 2024 laufen diese Verträge zwischen der Stadt Luzern und den verschiedenen Plakatifirmen aus. Per 1. Juli 2024 müssen somit neue Konzessionen für die Bewirtschaftung der Plakatstellen erteilt und neue Verträge abgeschlossen werden.

2 Ausschreibung der Konzessionen per 1. Juli 2024

Gegenstand der Ausschreibung war die Bewirtschaftung der rund 560 Plakatstellen auf den Grundstücken der Stadt Luzern (siehe Kap. 2.2) sowie die mit den Konzessionen verbundenen Dienstleistungen, welche die Plakatifirma im Auftrag der Stadt Luzern zu erbringen hat (siehe Kap. 2.5). Diverse bereits vorhandene und geplante Formen der Plakatierung auf öffentlichem Grund waren nicht Bestandteil der Ausschreibung (siehe Kap. 3).

2.1 Gliederung in drei Lose

Der Bestand an Plakatstellen auf öffentlichem Grund und Grundstücken (Verwaltungs- und Finanzvermögen) der Stadt Luzern ist in drei Lose gegliedert:

Los 1: Papierplakate ausserhalb von Personenunterständen an Bushaltestellen (Formate F4, F12, F24, F200) und Kulturplakatsäulen;

Los 2: Leuchtplakate ausserhalb von Personenunterständen an Bushaltestellen (Format F200L) und digitale Reklame- und Informationsstelen;

Los 3: Papier- und Leuchtplakate in Personenunterständen an Bushaltestellen (Formate F200, F12, F200L).

2.2 Plakatstellenbestand

Wesentliches Element der Ausschreibung ist der Bestand an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern. Seit der letzten Ausschreibung 2015, die zu den aktuell laufenden Konzessionsverträgen (Vertragslaufzeit 1. Juli 2016 bis 30. Juni 2024) geführt hatte, wurden an verschiedenen Stellen Plakatstellen abgebaut und auch diverse Plakatstellen neu realisiert.

Neu wurden sieben digitale Reklame- und Informationsstelen in der Innenstadt realisiert. Im Zusammenhang mit den digitalen Reklame- und Informationsstelen hat die Stadt 21 Plakatstellen abgebaut (Abbau von drei analogen Plakatstellen je neu realisierter digitaler Reklame- und Informationsstele). Damit soll

eine Konzentration auf höherwertige Werbeformen erreicht, der Bestand an Plakatstellen reduziert und ein Teil des Energieverbrauchs der digitalen Werbeformen kompensiert werden. Weitere Plakatstellen wurden im Zusammenhang mit der Verkehrssicherheit (z. B. Bundesstrasse) sowie der Aufwertung von öffentlichen Stadträumen (z. B. Bleichergärtli) abgebaut. Insgesamt hat sich der Bestand an Plakatstellen seit dem Abschluss der Verträge am 1. Juli 2016 um rund 60 Plakatstellen reduziert.

Im Hinblick auf die neue Vertragslaufzeit ab dem 1. Juli 2024 soll der Bestand an Plakatstellen wiederum verändert werden. Im Zusammenhang mit der besseren Erscheinung von denkmalgeschützten Bauten (z. B. Gebäude Obergrundstrasse 102) und der Aufwertung von Stadträumen (z. B. Neugestaltung Bahnhofstrasse) werden weitere 16 Plakatstellen abgebaut. Im Zuge der Umsetzung des Behindertengleichstellungsgesetzes an Bushaltestellen ([B+A 34/2018](#)) werden an verschiedenen Bushaltestellen Personenunterstände realisiert. Bei vier dieser geplanten Personenunterstände werden neue Plakatstellen integriert.

Mit diesen Veränderungen ergibt sich per 1. Juli 2024 (Vertragsbeginn) folgender Bestand an Plakatstellen:

Los / Format	Öffentlicher Grund	Verwaltungs- vermögen	Finanz- vermögen	Total
Los 1				
F4	203	21	11	235
F200	74	-	6	80
F12	83	14	9	106
F24	1	1	3	5
Kulturplakatsäulen	19	-	-	19
Los 2				
F200L	32	-	-	32
F200L analoge Cityplanstellen	9 Reklamestellen 9 Cityplanstellen	1 Reklamestelle 1 Cityplanstelle	-	10 Reklamestellen 10 Cityplanstellen
digitale Reklame- und Informationsstelen	7 Reklamestelen 7 Informationsstelen	-	-	7 Reklamestelen 7 Informationsstelen
Los 3				
F200	2	-	-	2
F12	23	3	-	26
F200L	21	2	-	23

Die Unterscheidung der Grundstücksform (öffentlicher Grund, Verwaltungsvermögen und Finanzvermögen) ist aus finanzieller Sicht wesentlich: Beim Betrieb von Plakatstellen auf Verwaltungsvermögen und Finanzvermögen ist die Mehrwertsteuer geschuldet. Beim Betrieb von Plakatstellen auf öffentlichem Grund entfällt die Mehrwertsteuer.

2.3 Potenzial für den Ausbau des Bestandes an Plakatstellen

Im Hinblick auf die neue Vertragsperiode vom 1. Juli 2024 bis 30. Juni 2032 hat der Stadtrat verschiedene Möglichkeiten zum Ausbau des Plakatstellenbestandes geprüft.

2.3.1 Plakatstellen in neuen Personenunterständen an Bushaltestellen

In den kommenden Jahren wird die Stadt Luzern verschiedene Bushaltestellen baulich anpassen. Damit soll der Zugang zum öffentlichen Verkehr für Personen mit Mobilitätseinschränkungen oder Sehbeeinträchtigungen verbessert werden. Im Zusammenhang mit diesen baulichen Anpassungen können an verschiedenen Bushaltestellen auch weitere Personenunterstände gebaut werden. An Standorten, wo es

stadträumlich und wirtschaftlich sinnvoll ist, können neue Plakatstellen in den Formaten F12 oder F200L realisiert werden.

2.3.2 Umbau von analogen Cityplanstellen in digitale Reklame- und Informationsstelen

Aktuell gibt es noch zehn analoge Cityplanstellen auf öffentlichem Grund. Die Stadt Luzern hat geprüft, welche Standorte sich für den Umbau in digitale Reklame- und Informationsstelen eignen würden. In der Innenstadt sind aus wirtschaftlicher Sicht fünf Standorte geeignet. Im Verlauf der neuen Vertragslaufzeit sollen die Plakatstellen dieser fünf Standorte (Hirschengraben/Hallwilerweg, Pilatusstrasse/LUKB, Bahnhofplatz/Schiffanlegestelle, Haldenstrasse/Casino-Parkhaus, Haldenstrasse/Verkehrshaus) umgebaut werden.

2.3.3 Pilotprojekt digitale Reklame- und Informationsstelen in den Quartierzentren

Die 2017/2018 realisierten Reklame- und Informationsstelen eignen sich auch zur Information der Bevölkerung. Zurzeit wird das Potenzial als Kommunikationsmittel noch zu wenig genutzt. Dies soll im Verlauf der neuen Vertragslaufzeit verbessert werden. Die Informationen sollen jedoch nicht nur in der Innenstadt, sondern auch in den Quartieren vermittelt werden. Dabei würden sich die gemäss Raumentwicklungskonzept 2018 vorgesehenen 20 Siedlungsbereiche, die zu Quartierzentren weiterentwickelt werden sollen, als Standorte für digitale Reklame- und Informationsstelen eignen. Im Sinne eines Pilotprojektes wird in der neuen Vertragslaufzeit an drei bis vier Standorten die Realisierung einer digitalen Reklame- und Informationsstelen angestrebt. Folgende Quartierzentren kommen dabei aktuell infrage: Bernstrasse (Siedlung abl), Baselstrasse/Kreuzstutz, Maihof (Bereich Schulhaus), Neustadt (Helvetiaplatz/Bundesplatz), Schönbühl (Einkaufszentrum) und Tribschenstrasse (Bereich Werkhofstrasse/Tribschenstrasse).

Diese potenziellen Erweiterungen des Bestandes an Plakatstellen wird ab dem 1. Juli 2024 in Zusammenarbeit mit der Konzessionsnehmerin (Plakatifirma) Schritt für Schritt angegangen. Für jede potenziell neue Plakatstelle ist eine Baubewilligung erforderlich.

2.4 Veränderungen am Plakatstellenbestand

Veränderungen am Bestand an Plakatstellen sind jederzeit möglich. So ist es sinnvoll, z. B. im Zusammenhang mit Aufwertungen des öffentlichen Raums oder der Verkehrssicherheit Plakatstellen zu verschieben oder ersatzlos abzubauen. Die Konzessionen zur Bewirtschaftung der Plakatstellen sind so aufgebaut, dass für jede Plakatstelle ein sogenannter Fixpreis (fixe Abgabe je Plakatstelle, welche die Standortqualität berücksichtigt) zwischen der Stadt und der Plakatifirma vereinbart ist. Wird eine Plakatstelle abgebaut, reduziert sich die Abgabe der Plakatifirma an die Stadt Luzern um den jeweiligen Fixpreis der Plakatstelle.

2.4.1 Kompensation für digitale Reklame- und Informationsstelen bereits erfolgt

Mit der Realisierung der sieben digitalen Reklame- und Informationsstelen hat die Stadt Luzern 21 analoge Plakatstellen abgebaut (siehe Kap. 2.2). Der Stadtrat beabsichtigt, in der kommenden Vertragslaufzeit acht bis neun weitere digitale Reklame- und Informationsstelen in der Innenstadt und in Quartierzentren zu realisieren (siehe Kap. 2.3). Eine Kompensation durch den Abbau von analogen Plakatstellen wie in den Jahren 2017/2018 ist nicht vorgesehen, weil in der letzten Vertragslaufzeit bereits rund 60 Plakatstellen abgebaut wurden (siehe Kap. 2.2). Damit ist die Kompensation der neuen digitalen Reklame- und Informationsstelen durch den Abbau von analogen Plakatstellen bereits erfolgt.

2.4.2 Vorgaben zum Betrieb der digitalen Reklamestelen (Animationsrichtlinie)

2017/2018 realisierte die Stadt Luzern zusammen mit Clear Channel Schweiz AG insgesamt sieben digitale Reklamestelen an zentralen Standorten. Die eine Seite wird mit digitaler Werbung bespielt. Die andere Seite dient der Stadt Luzern als Informationsseite. Die digitale Werbung hat sich gut in das Stadtbild integriert. Bei der Stadt sind keine Reklamationen zu digitalen Reklame- und Informationsstelen eingegangen. Die digitale Werbung ist teilweise aber zu dynamisch (stark animierte Spots, harte Kontraste, schnelle Bildwechsel). Dies führt zu einer hektischeren Wirkung im öffentlichen Raum. Im Hinblick auf die

neue Vertragslaufzeit wollte der Stadtrat griffigere Vorgaben zum Betrieb der digitalen Reklame- und Informationsstelen festlegen und hat die nachfolgende Animationsrichtlinie als verbindliche Vorgabe in die Ausschreibung der Konzessionen zur Bewirtschaftung der Plakatstellen aufgenommen:

Animationsrichtlinie	
I.	Betriebsdauer von 6.00 bis 22.00 Uhr.
II.	Statischer Betrieb mit Spotlängen von 15 Sekunden Dauer.
III.	Einblendungen (z. B. Aktionen) sind auf einer Bildschirmfläche von max. 10 Prozent möglich.
IV.	Kreuzüberblendung zwischen den Spots innerhalb 1 Sekunde.
V.	Die Farbtemperatur ist auf max. 4000 Kelvin (weiss) begrenzt.
VI.	Die Leuchtdichte am Tag ist mit einem Tageslichtsensor so zu steuern, dass die Helligkeit der ausgestrahlten Werbung kontinuierlich und ohne Verzögerung auf die jeweils vorherrschenden Lichtverhältnisse abgestimmt ist.
VII.	Die Leuchtdichte ist während der Dunkelheit (spätestens 30 Minuten nach Einbruch der Dämmerung) auf max. 140 cd/m ² (weiss), max. 100 cd/m ² (helles Grau) und max. 50 cd/m ² (rot, blau) zu begrenzen.
VIII.	Es ist sicherzustellen, dass die jeweils energieeffizientesten Geräte eingesetzt und die Anlagen so betrieben werden (z. B. Tageslichtsensor), dass ein minimaler Energieverbrauch daraus resultiert.

2.5 Dienstleistungen im Auftrag der Stadt Luzern

In jedem Los (Konzession) sind Dienstleistungen integriert, welche die jeweilige Vertragspartnerin (Plakafirma) im Auftrag der Stadt Luzern zu erbringen hat. Soweit das Erbringen der Dienstleistung einen Arbeitsaufwand für die Vertragspartnerin (Plakafirma) bedeutet, wurde von den Plakafirmen in der Ausschreibung eine Offerte für den zu leistenden Aufwand verlangt. Für das Gewähren der Rabatte (bei Plakaten für Politik, Sport und Kultur) wurden keine Offerten verlangt. Die Beträge für das Erbringen der Dienstleistungen waren ebenfalls ein Beurteilungskriterium bei der Auswertung der Angebote (siehe Kap. 5.2.2).

Alle Dienstleistungen (Arbeitsaufwand der Plakafirma sowie die gewährten Rabatte) werden zwischen der Vertragspartnerin (Plakafirma) und der Stadt Luzern nach effektivem Aufwand abgerechnet (z. B. effektiv gewährte Rabatte und effektiv genutzte Unterhaltsplakate).

Mit diesem Vorgehen kann Transparenz zwischen dem Aufwand der Plakafirma für die Dienstleistungen im Auftrag der Stadt und den Einnahmen für die Stadt aus dem Recht zur Bewirtschaftung der Plakatstellen geschaffen werden. Dies entspricht dem Bruttoprinzip.

Los / Dienstleistung	Offerte im Rahmen der Ausschreibung
Los 1	
Rabatte auf Wahl- und Abstimmungsplakate: 40 % auf Plakate im Format F4, 25 % auf Plakate in allen anderen Formaten im Zeitraum von 6 Wochen vor dem jeweiligen Wahl-/Abstimmungstermin.	-
Rabatte auf Kultur- und Sportplakate: 40 % auf Plakate im Format F4.	-
Unterhaltsplakate im Format F4 für städtische Informationen und Kampagnen im Umfang von rund 1'000 Plakaten pro Jahr.	Preis für den Aushang eines Unterhaltsplakates im Format F4.
Betrieb Kulturplakatsäulen: Montage der Plakate an 19 Kulturplakatsäulen (bei Vertragsstart am 1.7.2024) in Zusammenarbeit mit der IG Kultur.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preis pro Plakatwechsel an einer Kulturplakatsäule (bei rund 48–50 Wechseln pro Kulturplakatsäule pro Jahr). 2. Preis für den Betrieb der Kulturplakatsäulen (Unterhalts- und Amortisationskosten je Kulturplakatsäule pro Jahr).

Realisierung von zwei Kulturplakatsäulen: Vorge-schlagene Standorte im Bereich Universität Luzern / In-seli und im Bereich Südpol (Grundeigentum Stadt Luzern auf Gemeindegebiet Kriens).	Preis für den Neubau einer Kulturplakatsäule.
Werbung für Kultur- und Sportanlässe auf öffentli-chem Grund: Werbung an mobilen Plakatstellen an vor-gegebenen Standorten. Plakاتفirma ist Kontaktstelle für Werbekundschaft und führt die Plakataktion aus. Stadt gewährt der Werbekundschaft keine Rabatte.	-
Los 2	
Rabatte auf Wahl- und Abstimmungsplakaten: 25 % auf Plakaten im Format F200L im Zeitraum von 6 Wo-chen vor dem jeweiligen Wahl- / Abstimmungstermin.	-
Betrieb der städtischen digitalen Informationsseite: Aufbereitung der städtischen Informationen für die digita-len Reklame- und Informationsstellen: 1. Touristische Informationen (z. B. Stadtplan, Veranstal-tungskalender, Kulturinstitutionen, ...); 2. Städtische Verwaltungsinformationen (z. B. Plattform Dialog, städtische Informationen, ...); 3. Standortinformationen (z. B. historische Bilder der jeweiligen Standorte, Bilder Kapellbrücke, ...).	1. Stundenansatz der Mitarbeitenden der Plakاتفirma für das Einpflegen neuer Informationsinhalte auf den digi-talen Informationsseiten (im Auftrag der Stadt). 2. Preis für den Betrieb der digitalen Informationsseite (Unterhalts- und Amortisationskosten je Stele pro Jahr).
Los 3	
Rabatte auf Wahl- und Abstimmungsplakate: 25 % auf Plakaten in den Formaten F200, F200L und F12 im Zeitraum von 6 Wochen vor dem jeweiligen Wahl-/Ab-stimmungstermin.	-

3 Formen der Plakatierung ausserhalb der aktuellen Ausschreibung

Auf den Grundstücken der Stadt Luzern gibt es Formen der Plakatierung, welche nicht Bestandteil der Ausschreibung und damit auch nicht Gegenstand der zu vergebenden Konzessionen sind.

3.1 Kleinplakate (Los 4)

Das Los 4 hat einen geringen Umfang. Aktuell werden lediglich sechs Kleinplakatstellen betrieben, was für die Stadt Luzern einem Jahresertrag von rund Fr. 1'000.– entspricht. Es ist denkbar, das Los 4 gering-fügig auszubauen. Nach Klärung des Umfangs an Plakatstellen im Los 4 wird dieses Los per 1. Juni 2024 freihändig vergeben.

3.2 Plakatierung bei Wahlen und Abstimmungen (B+A 5/2019)

Die Stadt Luzern bietet den Parteien und politischen Komitees die Möglichkeit, jeweils sechs Wochen vor einem städtischen Abstimmungstermin und vor einem städtischen, kantonalen und eidgenössischen Wahltermin Werbung auf öffentlichem Grund zu machen. Bei einem Abstimmungstermin stehen insge-samt 20 F4-Plakatplätze an 10 Standorten zur Verfügung. Bei einem Wahltermin werden den Parteien und politischen Komitees maximal 80 F4-Plakatplätze an 16 Standorten zur Verfügung gestellt. Die Standorte sind vordefiniert und über das gesamte Stadtgebiet verteilt. Die faire Verteilung der Plakat-plätze auf die einzelnen Plakatstellen und das Aufstellen der Plakatständer wird durch die Stadt Luzern

(Stadtkanzlei und Strasseninspektorat) sichergestellt. Der [B+A 5 vom 16. Januar 2019](#): «Temporäre Plakatierung vor Wahlen und Abstimmungen. Bereinigter und ergänzter Umsetzungsvorschlag für temporäre Plakatierung. Ergänzung zum gemeinsamen Wahlversand» gibt Aufschluss über alle Details.

3.3 Ortsabhängige Kampagnen der Stadt Luzern auf F4-Plakatständern

Die Stadt Luzern führt periodisch thematische Kampagnen an spezifischen Standorten durch. So werden z. B. entlang des See- und Reussufers auf stadteigenen F4-Plakatständern periodisch Plakate aufgestellt, die darauf hinweisen, dass die Tauben nicht gefüttert werden sollen. Diese Form der Sensibilisierung in den Themenbereichen Umwelt, Mobilität und Energie wird die Stadt Luzern auch künftig durchführen.

3.4 Plakate im direkten Zusammenhang mit einer Veranstaltung

Im direkten Umfeld von Veranstaltungen werden oft Plakate aufgestellt (z. B. Hinweise zum Standort der Veranstaltung oder Informationen zum Veranstaltungssperimeter). Diese werden direkt im Zusammenhang mit der Veranstaltung bewilligt und von der Veranstalterin, dem Veranstalter aufgestellt.

3.5 Plakatausstellung Freigleis

Ein Luzerner Verein möchte entlang des Freigleises (Fuss- und Radweg auf dem ehemaligen Zentralbahntrasse zwischen Luzern und Kriens) eine Ausstellungsplattform für Plakatgrafik realisieren. Es ist geplant, auf insgesamt 35 F4-Plakatstellen, welche an ehemalige Fahrleistungsmasten montiert werden, thematische Wechselausstellungen mit historischen Plakaten zu zeigen. 10 der geplanten 35 Plakatstellen befinden sich auf dem Stadtgebiet von Luzern. Der Verein plant rund vier Ausstellungen pro Jahr. Das Vorhaben befindet sich derzeit im Baubewilligungsverfahren, welches federführend von der Stadt Kriens geleitet wird. Für die 10 Plakatstellen auf Stadtgebiet Luzern erteilt die Stadt Luzern dem Verein eine Konzession. Darin gelten dieselben Einschränkungen für den Plakatinhalt wie für die mit dieser Ausschreibung zu erteilenden Konzessionen (siehe Kap. 4.2.1). Zudem müssen alle Plakate der Ausstellung entlang des Freigleises, welche für Produkte, Dienstleistungen und touristische Destinationen werben, mindestens 30 Jahre alt sein (Fokus auf historische Plakate).

3.6 Plakatfestival

Die Hochschule Luzern Design & Kunst zeigt jeweils periodisch auf öffentlichem Grund Plakate, die im Rahmen der Lehr- und Projektarbeiten entstehen. Diese Ausstellungen werden auch künftig ermöglicht.

4 Einzuhaltende Rahmenbedingungen

4.1 Vertragsdauer

Die Rechte zur Bewirtschaftung der Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern werden für die Zeit vom 1. Juli 2024 bis zum 30. Juni 2032 (Vertragslaufzeit 8 Jahre) vergeben.

4.2 Einschränkung des Plakatinhalts

Nicht jedes Produkt und jede Dienstleistung darf auf den Plakatstellen auf öffentlichem Grund und Grundstücken der Stadt Luzern beworben werden. Es gelten folgende Einschränkungen:

4.2.1 Nicht erlaubte Plakatinhalte

Die Plakاتفirma verpflichtet sich, keine Plakate auszuhängen, die gegen eidgenössisches, kantonales oder kommunales Recht oder die nachfolgenden Bestimmungen verstossen. Insbesondere gilt:

- Die Plakate dürfen weder religiöse noch sittliche Gefühle noch die Würde des Menschen verletzen.
- Die Plakاتفirma verzichtet auf geschlechterdiskriminierende Werbung. So dürfen Plakate Menschen weder visuell noch verbal herabwürdigend noch als Objekt der Unterwerfung und Ausbeutung darstellen.
- Plakate für Suchtmittel (Tabak-Raucherwaren inkl. E-Zigaretten, Alkohol) und für Konsumkredite sind nicht erlaubt.

Werbeverbote, welche im Verlauf der Vertragsdauer auf eidgenössischer und kantonaler Ebene gesetzlich verankert werden, sind vollumfänglich umzusetzen.

4.2.2 Vorgehen bei heiklem Plakatinhalt

Bei der Beurteilung des Plakatinhalts ist auf den Eindruck einer durchschnittlichen Betrachterin oder eines durchschnittlichen Betrachters abzustellen. Bestehen Zweifel bei der Beurteilung des Plakatinhalts, ist die Plakاتفirma verpflichtet, die betreffenden Plakate mindestens sieben Tage vor dem geplanten Aushang der zuständigen Dienstabteilung der Stadt Luzern vorzulegen. Die Bewilligungsbehörde entscheidet abschliessend über den Aushang. Die Bewilligungsbehörde kann für ihren Entscheid Stellungnahmen weiterer Organisationen einholen.

4.3 Eigentum der Infrastruktur / Eigentumsübertragung der Infrastruktur

Die Infrastruktur der Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern ist bis zum 30. Juni 2024 Eigentum der jeweiligen Vertragspartnerin Clear Channel Schweiz AG (Lose 1–3) und APG|SGA Allgemeine Plakatgesellschaft AG (Vertrag Littau). Die Stadt Luzern wird die Infrastruktur nicht in ihr Eigentum übernehmen.

In den laufenden Konzessionsverträgen ist festgehalten, dass die aktuelle Konzessionsnehmerin (Plakاتفirma) verpflichtet ist, die Plakatstellen einer potenziell neuen Plakاتفirma zu verkaufen. Zudem wurde in der Ausschreibung festgelegt, dass eine neue Konzessionsnehmerin (Plakاتفirma) verpflichtet ist, die vorhandenen Plakatstellen zum Zeitwert zu übernehmen. Dazu wurden in der Ausschreibung Richtwerte für die Übernahme der Plakatstellen je Los deklariert. Diese Richtpreise dienen als Verhandlungsgrundlage zwischen den Plakاتفirmen. Sollte keine Einigung zwischen den Plakاتفirmen erzielt werden können, kann die Stadt Luzern eine unabhängige Fachperson beiziehen, welche den Wert des Inventars verifiziert und einen verbindlichen Preis festlegt. Der Übernahmepreis ist bis spätestens 30. Juni 2024 an die Plakاتفirmen zu überweisen. Dieses Vorgehen hat sich beim Wechsel per 1. Juli 2016 zwischen den Plakاتفirmen APG|SGA Allgemeine Plakatgesellschaft AG und Clear Channel Schweiz AG bewährt. Die Übertragung des Eigentums der Plakatstellen erfolgte reibungslos.

Die Personenunterstände an den Bushaltestellen befinden sich alle im Eigentum der Stadt Luzern. Die Plakatstellen, die innerhalb der Personenunterstände angebracht sind, sind per 1. Juli 2024 von der Plakاتفirma in deren Eigentum zu übernehmen.

5 Eingereichte Offerten / Zuschläge und Vergabe

5.1 Eingereichte Offerte je Los

Im Rahmen der Ausschreibung wurden folgende Offerten komplett und fristgerecht eingereicht:

Plakatifirma	Los 1	Los 2	Los 3
Goldbach Neo OOH AG (vormals Clear Channel Schweiz AG)	x	x	x
APG SGA Allgemeine Plakatgesellschaft AG	x	x	x

5.2 Eignungskriterien und Zuschlags-/Vergabekriterien

Alle eingereichten Angebote wurden aufgrund der nachfolgend aufgeführten Eignungskriterien und Zuschlags- bzw. Vergabekriterien bewertet.

5.2.1 Eignungskriterien

- Erfahrung und Qualität auf dem Gebiet der Plakatierung / Aussenwerbung.
Für die Lose 1, 2 und 3 sind mindestens drei Referenzen zum Betrieb von Plakatstellen auf öffentlichem oder privatem Grund aus Schweizer Städten (davon mindestens zwei mit mehr als 20'000 Einwohnenden) zu erbringen.
- Ausreichender Versicherungsschutz (min. 5 Mio. Franken pro Schadenfall).
- Die Plakatifirma befindet sich nicht in einem Konkursverfahren.
- Einhaltung der Verpflichtungen gegenüber der öffentlichen Hand, den Sozialversicherungen und den Mitarbeitenden.
- Akzeptanz der Ausschreibungsunterlagen, inkl. der Vertragsentwürfe.

5.2.2 Zuschlags-/Vergabekriterien

- | | |
|---|------|
| 1. Angebotspreis für das Recht zur Bewirtschaftung der Plakatstellen | 70 % |
| Los 1: Bestand Plakatstellen per 1. Juli 2024 | 70 % |
| Los 2: Bestand Plakatstellen per 1. Juli 2024 | 70 % |
| Los 3: Bestand Plakatstellen per 1. Juli 2024 | 70 % |
| 2. Offerten für die Dienstleistungen im Auftrag der Stadt Luzern | 10 % |
| 3. Referenzen zur Qualität der Zusammenarbeit zwischen der Plakatifirma und dem Grundeigentümer (öffentliche Hand / privater Grundeigentümer) | 20 % |

5.3 Clear Channel Schweiz AG heisst neu Goldbach Neo OOH AG

Am 22. Dezember 2022 haben die Firmen Clear Channel Outdoor Holdings, Inc. sowie TX Group und Goldbach Group kommuniziert, dass die Plakatifirma Clear Channel Schweiz AG von der TX Group und der Goldbach Group, zu der auch die Plakatifirma Neo Advertising SA gehört, übernommen wird. Zum Zeitpunkt der Übernahme-Kommunikation war die Zusage der Wettbewerbskommission zur Übernahme noch offen. Am 16. Mai 2023 hat die Plakatifirma Clear Channel Schweiz AG ihre Offerte im Rahmen der Ausschreibung eingereicht. Nach der Zusage der Wettbewerbskommission wurde per 27. Juni 2023 die Übernahme von Clear Channel Schweiz AG durch die Goldbach Group und damit der Zusammenschluss von Clear Channel Schweiz AG und Neo Advertising SA vollzogen. Die neue Plakatifirma heisst Goldbach Neo OOH AG. Die personelle Besetzung der wesentlichen Führungspositionen der neuen Plakatifirma Goldbach Neo OOH AG sind identisch mit den Führungspositionen der vormaligen Plakatifirma Clear Channel Schweiz AG (CEO: Christoph Marty; Chief Sales & Marketing Officer: Diego Quintarelli; Technologie, Chief Development & Technology Officer: Rob Furger). Die Plakatifirma Goldbach Neo OOH AG garantiert die Kontinuität der eingereichten Offerte.

5.4 Zuschläge für die Lose 1 und 2 / Vergabe für Los 3

5.4.1 Los 1: Papierplakate ausserhalb von Personenunterständen an Bushaltestellen

Aufgrund der Auswertung der beiden Offerten wurde der Zuschlag für das Los 1 der Plakatifirma Goldbach Neo OOH AG (vormals Clear Channel Schweiz AG) erteilt. Sie hat das vorteilhafteste Angebot (Preis/Leistung) eingereicht. Der Preis des Angebotes hat über den Zuschlag entschieden, da bei den übrigen Zuschlagskriterien beide Angebote nahe beieinanderlagen.

5.4.2 Los 2: Leuchtplakate ausserhalb von Personenunterständen an Bushaltestellen, analoge Cityplanstellen, digitale Reklamestelen

Aufgrund der Auswertung der beiden Offerten wurde der Zuschlag für das Los 2 der Plakatifirma Goldbach Neo OOH AG (vormals Clear Channel Schweiz AG) erteilt. Sie hat das vorteilhafteste Angebot (Preis/Leistung) eingereicht. Der Preis des Angebotes hat über den Zuschlag entschieden, da bei den übrigen Zuschlagskriterien beide Angebote nahe beieinanderlagen.

5.4.3 Los 3: Papierplakate und Leuchtplakate in Personenunterständen an Bushaltestellen

Aufgrund der Auswertung der beiden Offerten wurde das Los 3 der Plakatifirma Goldbach Neo OOH AG (vormals Clear Channel Schweiz AG) vergeben. Sie hat das vorteilhafteste Angebot (Preis/Leistung) eingereicht. Der Preis des Angebotes hat über die Vergabe entschieden, da bei den übrigen Zuschlagskriterien beide Angebote nahe beieinanderlagen.

5.5 Rechtskraft der Zuschläge und Vergabe

Gegen die Verfügungen wurden keine Rechtsmittel ergriffen.

6 Konzessionsverträge mit der Plakatifirma Goldbach Neo OOH AG

Die Stadt Luzern wird – vorausgesetzt, der Grosse Stadtrat genehmigt die im vorliegenden Bericht und Antrag gestellten Anträge – ab 1. Juli 2024 mit der Plakatifirma Goldbach Neo OOH AG folgende Konzessionsverträge abschliessen:

- Konzessionsvertrag betreffend Plakatierung an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern, Los 1
 - Konzessionsvertrag betreffend Plakatierung an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern, Los 2
 - Konzessionsvertrag betreffend Plakatierung an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern, Los 3
- Für den Inhalt wird auf die Anhänge 1 bis 3 verwiesen.

6.1 Eigentumsübertragung der Infrastruktur

Die Plakatifirma Goldbach Neo OOH AG (vormals Clear Channel Schweiz AG) ist seit dem 1. Juli 2016 die Vertragspartnerin der Stadt Luzern für die Lose 1, 2 und 3 (siehe Kap. 1.2). Die Plakatifirma APG|SGA Allgemeine Plakatgesellschaft AG ist Vertragspartnerin der Stadt Luzern für den Vertrag zu den Plakatstellen an Bushaltestellen in der ehemaligen Gemeinde Littau (siehe Kap. 1.2). Die fünf Plakatstellen aus diesem Vertrag werden per 1. Juli 2024 in das Los 3 integriert. Für die Lose 1 und 2 ist keine Eigentumsübertragung der Infrastruktur notwendig, weil die bisherige Vertragspartnerin die Zuschläge für die zu erteilende Konzession per 1. Juli 2024 erhalten hat. Im Los 3 wird die Plakatifirma Goldbach Neo OOH AG die fünf Plakatstellen aus dem Vertrag zu den Bushaltestellen in der ehemaligen Gemeinde Littau per 1. Juli 2024 in ihr Eigentum übernehmen. In der Ausschreibung wurde der Richtpreis für die Eigentumsübernahme deklariert (siehe Kap. 4.3).

7 Potenzielle Erneuerung der Konzession für Kleinplakate (Los 4)

Aktuell verfügt die Stadt Luzern über einen Vertrag mit der Plakafirma Modul AG über sechs Kleinplakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern. Es ist denkbar, das Los 4 geringfügig auszubauen. Nach Klärung des Umfangs an Plakatstellen im Los 4 wird dieses Los per 1. Juni 2024 freihändig der Plakafirma Modul AG vergeben.

8 Finanzielle Auswirkungen

8.1 Gegenseitige Transparenz dank Fixpreis je Plakatstelle

Wie im Kapitel 2.4 erläutert, ist für jede der rund 560 Plakatstellen ein sogenannter Fixpreis für die jährliche Abgabe der Plakafirma an die Stadt Luzern festgelegt. Dank diesem Fixpreis, der das Format und die Standortqualität der Plakatstelle abbildet, kann zwischen beiden Vertragsparteien Transparenz hergestellt werden. Wenn eine Plakatstelle aufgrund einer durch die Stadt Luzern verursachten Baustelle nicht in Betrieb ist, kann der Ausfall bei der Abrechnung zwischen der Stadt Luzern und der Plakafirma pro rata temporis abgerechnet werden. Auch beim Abbau von Plakatstellen kann die effektive Betriebszeit einer Plakatstelle abgerechnet werden. Damit entsteht für die Stadt Luzern kein Druck, bei abgebauten Plakatstellen umgehend für einen adäquaten Ersatzstandort (Qualität und Zeitpunkt) sorgen zu müssen.

8.2 Transparenz zwischen Einnahmen und Ausgaben (Bruttoprinzip)

Wie im Kapitel 2.5 erläutert, sind in jedem Los (Konzession) Dienstleistungen integriert, welche die Vertragspartnerin (Plakafirma) im Auftrag der Stadt Luzern zu erbringen hat. Mit den Verträgen, die ab dem 1. Juli 2024 gültig sein werden, soll Transparenz zwischen den Einnahmen aus dem Recht zur Bewirtschaftung der Plakatstellen und dem Aufwand der Plakafirma für die Dienstleistungen geschaffen werden. So werden ab dem 1. Juli 2024 die Einnahmen aus der Bewirtschaftung der Plakatstellen und der Aufwand für die zu erbringenden Dienstleistungen getrennt und nach effektivem Aufwand abgerechnet.

8.2.1 Einnahmen aus der Bewirtschaftung der Plakatstellen

Von der Plakafirma Goldbach Neo OOH AG wurden für die drei Lose folgende Abgabepreise offeriert. Diese Beträge entsprechen einer maximalen Abgabe pro Jahr.

Los	Anzahl Plakatstellen per 1. Juli 2024	Abgabe in Fr. / Jahr
Los 1	445 (unterschiedliche Formate und Standorte)	1'342'311.–
Los 2	66 (unterschiedliche Formate und Standorte)	1'609'794.–
Los 3	51 (unterschiedliche Formate und Standorte)	372'248.–

Die jährlichen Einnahmen (Spalte «Abgabe in Fr./Jahr») entsprechen einer maximalen Einnahme zugunsten der Stadt Luzern. Durch den betrieblichen Ausfall von Plakatstellen aufgrund von Baustellen oder durch den Abbau von Plakatstellen reduziert sich die Einnahme entsprechend (Grundsätze Fixpreis, siehe Kap. 8.1). Durch die Realisierung zusätzlicher Plakatstellen (siehe Kap. 2.3) erhöht sich die jährliche Abgabe der Plakafirma an die Stadt Luzern und damit die Einnahme der Stadt Luzern. Diese Veränderungen sind frühzeitig absehbar und fliessen im Rahmen der jährlichen Budgetprozesse ein.

8.2.2 Ausgaben für Dienstleistungen im Auftrag der Stadt Luzern

Von der Plakatfirma Goldbach Neo OOH AG wurden die finanziellen Aufwendungen für die vereinbarten Dienstleistungen wie folgt offeriert:

Los	Dienstleistung	Aufwand in Fr. / Jahr
Los 1	Preis für Aushang von 1'000 Unterhaltsplakaten F4 / Jahr	27'500.–
	Preis für 50 Plakatwechsel / Jahr an 19 Kulturplakatsäulen	62'700.–
	Amortisation für 19 Kulturplakatsäulen / Jahr	25'650.–
	Rabatte für Kultur, Sport und politische Plakate (eff. Abrechnung)	Annahme: 40'000.–
Los 1	Total Dienstleistungen / Jahr	155'850.–
Los 2	Betriebskosten für 7 digitale Informationsstelen / Jahr	61'838.–
	Einpflegen neue Angebote auf digitale Informationsstelen	29'000.–
	Rabatte für politische Plakate (eff. Abrechnung)	Annahme: 5'000.–
Los 2	Total Dienstleistungen / Jahr	95'838.–
Los 3	Rabatte für politische Plakate (eff. Abrechnung)	Annahme: 5'000.–
Los 3	Total Dienstleistungen / Jahr	5'000.–

8.3 Vergleich bestehende/neue Konzessionen

Die Einnahmen aus dem Betrieb der Plakatstelle sowie die effektiven Aufwendungen für die Dienstleistungen werden quartalsweise abgerechnet. Ein Vergleich der Einnahmen aus den aktuell laufenden Plakatverträgen (gültig bis 30. Juni 2023) aus dem Rechnungsjahr 2022 und den neuen, ab 1. Juli 2024 gültigen Verträgen, ist nur bedingt möglich. Die nachfolgende Tabelle gibt eine möglichst genaue Übersicht:

	Los 1	Los 2	Los 3	Total
Netto-Einnahmen 2022	1'043'689.05	1'623'975.80	307'939.10	2'975'603.95
Brutto-Einnahmen ab 1. Juli 2024 (gemäss Kap. 8.2.1)	1'342'311.00	1'609'794.00	372'248.00	3'324'353.00
Dienstleistungen ab 1. Juli 2024 (gemäss Kap. 8.2.2)	-155'850.00	-95'838.00	-5'000.00	-256'688.00
Netto-Einnahmen ab 1. Juli 2024	1'186'461.00	1'513'956.00	367'248.00	3'067'665.00
Δ 2022 / 2024	+142'771.95	-110'019.80	+59'308.90	+92'061.05

Mit den neuen Verträgen wird die Stadt Luzern ab dem 1. Juli 2024 mit demselben Bestand an Plakatstellen wie im Jahr 2022 rund Fr. 90'000.– pro Jahr mehr einnehmen. Die Reduktion der Einnahmen im Los 2 ist darauf zurückzuführen, dass die Vorgaben zur digitalen Werbung restriktiver sind als in der aktuell laufenden Vertragsperiode. Damit sind die Gestaltungsmöglichkeiten für Werbekundschaft bei digitaler Werbung eingeschränkter. Die Reduktion ist jedoch deutlich geringer ausgefallen als im Vorfeld der Ausschreibung angenommen wurde. Die höheren Einnahmen in den Losen 1 und 3 sind darauf zurückzuführen, dass in Luzern offensichtlich das wirtschaftliche Potenzial besser eingeschätzt wird als vor acht Jahren. Zudem sind im Los 3 fünf Plakatstellen mehr vorhanden als in der aktuell laufenden Vertragsperiode.

8.4 Wert der Konzessionen

Die drei Konzessionen haben über die Vertragslaufzeit von acht Jahren (1. Juli 2024 bis 30. Juni 2032) die nachfolgenden Werte:

Konzession	Vertragslaufzeit	Dauer	Abgabe in Fr. / Jahr	Wert der Konzession
Los 1	1. Juli 2024 bis 30. Juni 2032	8 Jahre	1'342'311.–	10'738'488.–
Los 2	1. Juli 2024 bis 30. Juni 2032	8 Jahre	1'609'794.–	12'878'352.–
Los 3	1. Juli 2024 bis 30. Juni 2032	8 Jahre	372'248.–	2'977'984.–
			3'324'353.–	26'594'824.–

8.5 Kreditrecht und betroffene Konten

Die maximalen jährlichen Einnahmen von rund 3,32 Mio. Franken aus den drei Konzessionen werden dem Fibu-Konto 4120.02 (Kostenträger 4158201) gutgeschrieben. Die in den Konzessionen enthaltenen Dienstleistungen werden zentral durch die Dienstabteilung Stadtraum und Veranstaltungen überprüft und über das Fibu-Konto 3130.17 (Kostenträger 4158201) bezahlt. Die Kosten werden anschliessend (ab dem Jahr 2025) im Sinne von «True and Fair View» den entsprechenden Globalbudgets weiterverrechnet.

Konzession	Dienstleistung	Betrag gemäss Angaben Ausschreibung in Franken	Belastung Globalbudget
Los 1	Preis für Aushang von 1'000 Unterhaltungsplakaten F4 / Jahr	27.50/Plakat F4	415 Nutzung öffentlicher Raum
	Preis für 50 Plakatwechsel / Jahr an 19 Kulturplakatsäulen	62'700.–/Jahr	315 Kultur- und Sportförderung
	Amortisation für 19 Kulturplakatsäulen / Jahr	25'650.–/Jahr	315 Kultur- und Sportförderung
	Rabatte für Kultur und Sport (eff. Abrechnung)	Annahme: 30'000.–/Jahr	315 Kultur- und Sportförderung
	Rabatte für politische Plakate (eff. Abrechnung)	Annahme: 10'000.–/Jahr	111 Dienste Stadtkanzlei
Los 2	Betriebskosten für 7 digitale Informationsstelen / Jahr	61'838.–/Jahr	111 Dienste Stadtkanzlei
	Einpflegen neue Angebote auf digitale Informationsstelen	29'000.–/Jahr	111 Dienste Stadtkanzlei
	Rabatte für politische Plakate (eff. Abrechnung)	Annahme: 5'000.–/Jahr	111 Dienste Stadtkanzlei
Los 3	Rabatte für politische Plakate (eff. Abrechnung)	Annahme: 5'000.–/Jahr	111 Dienste Stadtkanzlei

Freibestimmbare Ausgaben von mehr als Fr. 750'000.– hat der Grosse Stadtrat durch einen Sonderkredit zu bewilligen (§ 34 Abs. 2 lit. a FHGG in Verbindung mit Art. 69 lit. b Ziff. 3 GO. Sein Beschluss unterliegt nach Art. 68 lit. b Ziff. 2 GO dem fakultativen Referendum.

Mit dem Abschluss der drei Konzessionsverträge entstehen der Stadt Ausgaben von jährlich geschätzten Fr. 256'700.– (Bruttoprinzip, gemäss Kap. 8.3). Während für die Dienstleistungen konkrete Offerten vorliegen, mussten für den Umfang der Rabatte Annahmen getroffen werden. Mit dem vorliegenden Bericht und Antrag wird ein Sonderkredit für die Plakat-Dienstleistungen im Auftrag der Stadt Luzern in der Höhe von Fr. 2'054'000.– beantragt. Dieser Betrag entspricht den geschätzten Kosten während der Vertragsdauer vom 1. Juli 2024 bis 30. Juni 2032.

9 Antrag

Der Stadtrat beantragt Ihnen, dem Abschluss der Konzessionsverträge betreffend Plakatierung an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern, Lose 1–3, zuzustimmen und den Stadtrat jeweils zur Unterzeichnung zu ermächtigen sowie für die Plakat-Dienstleistungen im Auftrag der Stadt Luzern einen Sonderkredit von 2,054 Mio. Franken zu bewilligen. Er unterbreitet Ihnen einen entsprechenden Beschlussvorschlag.

Luzern, 22. November 2023



Beat Züsli
Stadtpräsident



Michèle Bucher
Stadtschreiberin

Der Grosse Stadtrat von Luzern,

nach Kenntnisnahme des Berichtes und Antrages 41 vom 22. November 2023 betreffend

Abschluss von Konzessionsverträgen für die Bewirtschaftung der Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern

- Ermächtigung des Stadtrates zur Unterzeichnung
- Sonderkredit für Plakat-Dienstleistungen im Auftrag der Stadt Luzern,

gestützt auf den Bericht der Geschäftsprüfungskommission,

in Anwendung von § 34 Abs. 2 lit. a des Gesetzes über den Finanzhaushalt der Gemeinden vom 20. Juni 2016 sowie Art. 13 Abs. 1 Ziff. 2, Art. 29 Abs. 1 lit. b, Art. 68 lit. b Ziff. 2, Art. 69 lit. b Ziff. 3, Art. 69 lit. f Ziff. 14 in Verbindung mit Art. 67 lit. e Ziff. 8 und Art. 68 lit. e Ziff. 11 Gemeindeordnung der Stadt Luzern vom 7. Februar 1999,

beschliesst:

- I. Dem Abschluss des Konzessionsvertrags betreffend Plakatierung an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern, Los 1, wird zugestimmt und der Stadtrat zur Unterzeichnung ermächtigt.
- II. Dem Abschluss des Konzessionsvertrags betreffend Plakatierung an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern, Los 2, wird zugestimmt und der Stadtrat zur Unterzeichnung ermächtigt.
- III. Dem Abschluss des Konzessionsvertrags betreffend Plakatierung an Plakatstellen auf Grundstücken der Stadt Luzern, Los 3, wird zugestimmt und der Stadtrat zur Unterzeichnung ermächtigt.
- IV. Für die Plakat-Dienstleistungen im Auftrag der Stadt Luzern wird ein Sonderkredit von 2,054 Mio. Franken bewilligt.
- V. Die Beschlüsse gemäss den Ziffern I, II, III und IV unterliegen je einzeln dem fakultativen Referendum.

Luzern, 29. Februar 2024

Namens des Grossen Stadtrates von Luzern



Jules Gut
Ratspräsident



Daniel Egli
Stadtschreiberin-Stv.