

Werbenutzungsvertrag

Die Stadt Köln,
vertreten durch den Oberstadtdirektor,
- nachstehend "Stadt" genannt -

und

die Stadtwerke Köln GmbH,
vertreten durch die Geschäftsführung
- nachstehend "SWK" genannt -

schließen folgenden Vertrag:

Präambel

Die Vertragspartner sind sich einig in dem Bestreben, die Werbung auf öffentlichen Verkehrsflächen und städtischen Grundstücken auf dem Gebiet der Stadt Köln nach modernen stadtplanerischen Anforderungen zu ordnen und zu gestalten. Zu diesem Zweck erteilt die Stadt der SWK das exklusive Werberecht auf diesen Flächen. Die SWK wird zur Erfüllung ihrer Verpflichtungen aus diesem Vertrag **Rechte und Pflichten** grundsätzlich auf ihr Beteiligungsunternehmen **Kölner Aussenwerbung GmbH (KAW)** sowie daneben in klar umrissenem Umfang auf das Unternehmen **JCDecaux Deutschland GmbH (JCDecaux)** übertragen.

§ 1

Vertragsgegenstand/Nutzungsrecht

- (1) Stadt räumt SWK das ausschließliche, nur durch bestehende Rechte Dritter eingeschränkte Recht ein, alle im Stadtgebiet gelegenen öffentlichen ober- und unterirdischen Verkehrsflächen zum Bau und Betrieb von Werbeeinrichtungen zu benutzen.

- (2) SWK erhält insbesondere das Recht, 200 hinterleuchtete, großformatige Informationsvitrinen im Format von etwa 3,60 m x 2,60 m (Breite x Höhe) sowie 80 hinterleuchtete Litfaßsäulen (davon 12 mit integrierter Toilettenanlage) zu errichten und zu betreiben.

Jede hinterleuchtete, großformatige Informationsvitrine hat 2 Seiten. Die Plakate werden statisch oder - soweit genehmigungsfähig - beweglich angebracht. Eine der beiden Seiten dient dazu, Stadtinformationen aufzunehmen.

Von 40 Litfaßsäulen mit Werbung stehen 28 Säulen mit jeweils 1 der 3 hinterleuchteten Seiten für Stadtinformationen zur Verfügung. Die Informationsfläche an den 12 Säulen mit integrierten Toilettenanlagen entfällt.

An den übrigen 40 Litfaßsäulen mit Werbung wird eine Seite für regelmäßige Stadtinformationen nicht vorgehalten. Stadt und SWK werden sich über entsprechende sonstige Stadtinformationskampagnen verständigen.

Die Stadt ist auf ihre Kosten allein für die Planung und Ausführung auf den ihr zur Verfügung stehenden Informationsflächen verantwortlich. Die Stadt trägt zudem hierfür die Bearbeitungs- und Wechselkosten. Die Auswahl der Flächen für Stadtinformationen bzw. kommerzielle Werbung obliegt SWK.

- (3) Soweit die Stadt nach Abs. (1) Rechte auf die SWK übertragen hat, verzichtet sie auf eigene Werbeeinrichtungen und wird ihre eigene Werbung, d.h. Eigenwerbung der Stadt im Bereich der Außenwerbung, soweit Rechte Dritter nicht entgegenstehen, durch SWK ausführen lassen.
- (4) Bestehende Verträge mit Dritten wird die Stadt auf Verlangen der SWK nicht verlängern und zum frühest möglichen Zeitpunkt kündigen.
- (5) Die Stadt ist verpflichtet, bei einer Veräußerung von öffentlichen Verkehrsflächen sowie sonstigen stadteigenen Grundstücken und Bauwerken an einen Dritten die Rechte der SWK aus diesem Vertrag gegenüber dem Dritten sicherzustellen und insbesondere zugunsten SWK für diese eine beschränkte persönliche Dienstbarkeit zu bestellen, wenn SWK auf diesen Flächen oder an den Bauwerken Werbeeinrichtungen gebaut hat und betreibt.
- (6) Bei einem Wechsel der Straßenbaulast hat die Stadt gegenüber dem Rechtsnachfolger die Rechte der SWK sicherzustellen.
- (7) SWK ist berechtigt, Rechte und Pflichten aus diesem Vertrag auf eine Gesellschaft der Stadtwerke-Gruppe Köln oder auf einen Dritten ganz oder teil

weise zu übertragen, wenn gegen dessen wirtschaftliche und technische Leistungsfähigkeit keine Bedenken bestehen.

§ 2
Nutzungsentgelt

- (1) SWK zahlt an die Stadt für die ihr in § 1 eingeräumten Rechte ein Entgelt, das sich wie folgt berechnet:

SWK hat durch ein Testat eines Wirtschaftsprüfers nachzuweisen, daß das an die Stadt zu zahlende Nutzungsentgelt diesen vertraglichen Regelungen entspricht.

(2)

(3)

(4)

- (5) Damit sind sämtliche öffentlich-rechtlichen Abgaben, die im Zusammenhang mit der Ausübung der in § 1 eingeräumten Rechte stehen, abgegolten, soweit nicht öffentlich-rechtliche Abgaben zwingend erhoben werden müssen.

§ 3

Zusammenarbeit

- (1) SWK soll im Rahmen des wirtschaftlich Möglichen die kommunalpolitischen Interessen der Stadt wahren und hat insbesondere die straßen- und ordnungsrechtlichen Belange zu berücksichtigen.
- (2) Die Stadt wird die Interessen der SWK fördern und sie bei der Durchführung ihrer Aufgaben unterstützen.
- (3) Die Vertragspartner unterstützen sich bei den Bemühungen, nicht genehmigte Werbeanlagen auf öffentlichen Verkehrsflächen zu beseitigen.

§ 4

Verständigung vor Bauausführung

- (1) Stadt und SWK sind verpflichtet, sich vor Ausführung von Arbeiten, die die Anlagen und Einrichtungen des anderen Vertragspartners oder den allgemeinen Verkehr beeinträchtigen oder stören können, rechtzeitig zu verständigen. Das gilt nicht für die Beseitigung von Gefahren. In diesen Fällen ist der Vertragspartner nachträglich über die getroffenen Maßnahmen zu unterrichten. Neue Werbeanlagen bedürfen nach Lage und Art der vorherigen Zustimmung der Stadt.
- (2) Die Vertragspartner werden die zu Arbeiten an ihren Anlagen und Einrichtungen herangezogenen Unternehmen vertraglich verpflichten, die Haftpflicht für alle Beschädigungen von Anlagen und Einrichtungen des anderen Vertragspartners zu übernehmen.

§ 5

Ausführung von Baumaßnahmen

Stadt und SWK sind verpflichtet, bei Ausführung von Arbeiten die Anlagen und Einrichtungen des anderen Vertragspartners vor Schaden zu bewahren.

Nimmt ein Vertragspartner Arbeiten oder Veränderungen an Anlagen und Einrichtungen des anderen Partners vor oder beschädigt er diese, so hat er auf seine Kosten den früheren Zustand wiederherzustellen. § 6 Abs. 3 bleibt unberührt.

§ 6

Anlagenänderung und Kostenpflicht

- (1) Werden Anlagen und Einrichtungen des einen Vertragspartners errichtet, verändert, erneuert oder beseitigt, so hat der andere Vertragspartner seine Anlagen und Einrichtungen anzupassen.
- (2) Jeder Vertragspartner errichtet, verändert, erneuert, unterhält und beseitigt seine Anlagen und Einrichtungen auf seine Kosten.
- (3) Die Kosten der Anpassung hat der Vertragspartner zu tragen, in dessen Verantwortungsbereich der Anlaß für die Anpassung liegt (Verursacherprinzip). Die Kosten der Anpassung trägt SWK, soweit die Anpassung aus straßenbau-lichen, verkehrstechnischen oder sonstigen zwingenden öffentlichen Gründen erforderlich ist.
- (4) Entfallen infolge einer Anpassung Standorte für Werbeanlagen, bemühen sich die Vertragspartner um adäquate Ersatzstandorte.

§ 7

Übernahme

- (1) Nach Ablauf des Vertrages hat die Stadt das Recht, die Anlagen und Einrichtungen der SWK oder eines Dritten auf dem Kölner Stadtgebiet - soweit dies zwischen SWK und dem Dritten vereinbart ist - mit Ausnahme derjenigen, die ausschließlich Zwecken der Gesellschaften der Stadtwerke-Gruppe Köln (z.B. Wartehallen der KVB AG) dienen, ganz oder teilweise zum Verkehrswert zu übernehmen. Sie ist hierzu verpflichtet, wenn sie die Werbegeschäfte selbst weiter betreibt oder sie einem Dritten überläßt. Sie tritt in die Rechte und Pflichten der bestehenden Werbeverträge ein.

- (2) Für den Fall, daß die Stadt die Übernahme der Anlagen und Einrichtungen gem. Abs. (1) S. 1 ablehnt, hat SWK sicherzustellen, daß ihre oder die Anlagen und Einrichtungen eines Dritten auf ihre bzw. auf Kosten des Dritten zu beseitigen und die Anlagen und Einrichtungen der Stadt wiederherzurichten sind. Soweit Straßenland betroffen ist, bedarf die Wiederherrichtung der vorherigen Abstimmung mit der Stadt - Amt für Straßen und Verkehrstechnik -.

§ 8

Vertragsdauer

- (1) Dieser Vertrag beginnt am 01.07.1994 und läuft bis zum 31.12.2014. Er verlängert sich um jeweils 10 Jahre, wenn nicht spätestens 2 Jahre vor Ablauf einer der Vertragspartner durch Einschreiben kündigt.
- (2) Dieser Vertrag wird unter der Bedingung geschlossen, daß der Werbenutzungsvertrag zwischen der Stadt und der KAW vom 05.05./24.05.1982 und seine Ergänzungsverträge vom 28.06.1983, 03.08./13.08.1987 und 02.02./04.02.1988 einvernehmlich von der Stadt und der KAW zum 30.06.1994 aufgehoben werden.

§ 9

Änderung der Verhältnisse

Ändern sich infolge technischer, wirtschaftlicher oder rechtlicher, insbesondere steuerrechtlicher Veränderungen die Voraussetzungen, unter denen die Vertragsbestimmungen vereinbart worden sind, und kann infolge dessen einer Partei die Beibehaltung der Vertragsbestimmungen nicht mehr zugemutet werden, weil die auf einen gerechten Ausgleich der beiderseitigen wirtschaftlichen Interessen abzielenden Absichten der Vertragsschließenden nicht mehr erfüllt werden, so kann diese Partei beanspruchen, daß die Vertragsbestimmungen den geänderten Verhältnissen entsprechend angepaßt werden. Ist eine Anpassung nicht möglich, so steht der benachteiligten Partei ein außerordentliches Kündigungsrecht mit angemessener Kündigungsfrist zu.

§ 10
Schlußbestimmungen

- (1) Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages rechtsunwirksam sein oder werden, so kann daraus nicht die Rechtsunwirksamkeit des gesamten Vertrages hergeleitet werden.
- (2) Die Vertragspartner verpflichten sich, rechtsunwirksame Bestimmungen durch eine im wirtschaftlichen und technischen Erfolg gleichwertige rechtsgültige Vereinbarung zu ersetzen.
- (3) Mündliche Absprachen sind nicht getroffen und haben keine rechtliche Wirkung.
- (4) Änderungen dieses Vertrages bedürfen der Schriftform.

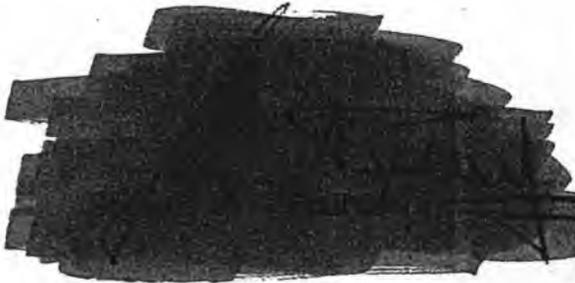
Köln, den 9. 1. 95

Stadt Köln
Der Oberstadtdirektor
In Vertretung



Köln, den 30. 6. 94

Stadtwerke Köln GmbH



**Vertrag über die Ausübung von Werberechten auf öffentlichen Flächen
der Stadt Köln**

zwischen

der Stadt Köln, Der Oberbürgermeister, Historisches Rathaus, 50667 Köln, vertreten durch den
Oberbürgermeister,

- nachfolgend „Stadt“ genannt -

und

der Fa. Stadtwerke Köln GmbH, vertreten durch die Geschäftsführer Dr. Dieter Steinkamp, Jürgen
Fenske und Horst Leonhardt, Parkgürtel 24, 50823 Köln

- nachfolgend SWK genannt -

nachfolgend gemeinsam „Vertragsparteien“ genannt.

03.06.2013

Inhaltsübersicht

1.	Begriffsbestimmungen	4
2.	Gegenstand dieses Vertrages	7
3.	Werbemöglichkeiten	9
4.	Werbeanlagen und Werbung, welche die Stadt vergeben hat	12
5.	Vergabe der Werberechte an Konzessionäre, Informationsverpflichtungen	13
6.	Neue Werbeträger	14
7.	Besondere Anforderungen an die Errichtung und den Abbau von Werbeträgern	15
8.	Betrieb von Werbeträgern	16
9.	Sondervorschriften für den Aufbau und Betrieb von Fahrgastunterständen	16
10.	Design und Ausstattung von Werbeträgern	16
11.	Duldungspflichten und Kostentragung	17
12.	Werbeverbote	17
13.	Eigenwerbung der Stadt	19
14.	Kulturwerbung	20
15.	Maßnahmen gegen Wildwerbung	21
16.	Genehmigungen und Erlaubnisse	22
17.	Entgelt / Abrechnung	22
18.	Buchführungspflichten und Prüfungsrechte	23
19.	Dokumentationspflichten	24
20.	Haftung	25
21.	Laufzeit	25
22.	Außerordentliche Kündigung	25
23.	Übertragung von Konzessionsverträgen	26
24.	Geheimhaltung, Vertraulichkeit	26
25.	Streitbeilegung	26
26.	Ergänzende Regelungen, Rangfolge	27
27.	Schlussbestimmungen	27

Anlagenverzeichnis

Anlage 3.1: Vorgaben für Werbeträger

Anlage 3.2: Stadtgestalterische Vorgaben für Werbung im öffentlichen Raum

Anlage 10.1: Erfordernisse an Design und Ausstattung von Werbeträgern

Anlage 12.1: Kinderspielplätze mit inhaltlichen Werbeverboten

Präambel

Die Stadt Köln überträgt hiermit an SWK nach Maßgabe dieses öffentlich-rechtlichen Vertrags mit Wirkung zum 1. Januar 2015 im Rahmen des Zulässigen das exklusive Recht zur Werbung auf öffentlichen Flächen der Stadt Köln. SWK kann das Recht zur Werbung ganz oder teilweise an Konzessionäre vergeben oder von Konzessionären ausüben lassen. Ziel dieses Vertrages ist, die Werbung auf öffentlichen Flächen der Stadt Köln nach modernen stadtplanerischen und städtebaulichen Anforderungen zu ordnen und zu gestalten und unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Interessen der Stadt Köln zu betreiben sowie die Versorgung der Bevölkerung der Stadt Köln mit Fahrgastunterständen für den oberirdischen Nahverkehr sicher zu stellen.

Dieser Vertrag ersetzt den Werbenutzungsvertrag vom 09. Februar 1995 nebst Nachträgen zwischen den Vertragsparteien, welcher am 31. Dezember 2014 endet, mit Wirkung zum 1. Januar 2015.

Dies vorausgeschickt, vereinbaren die Vertragsparteien Folgendes:

1. Begriffsbestimmungen

- 1.1 „Anderer Rechteinhaber“ ist jede juristische oder natürliche Person mit Ausnahme von SWK, die aufgrund eines anderen Vertrages als diesen Vertrag mit der Stadt oder SWK über den Stichtag hinaus Werbung auf öffentlichen Flächen der Stadt betreiben darf.
- 1.2 „Betrieb“ ist die bestimmungsgemäße Verwendung, laufende Unterhaltung, Instandhaltung gem. Ziff. 1.8 sowie Pflege (einschließlich Reinigung) die Erfüllung der Verkehrssicherungspflichten sowie – soweit erforderlich - die Versorgung der Werbeträger mit Energie- und Betriebsmitteln.
- 1.3 „Bieter“ sind Personen, welche sich an einem von SWK durchgeführten Bieterverfahren beteiligen.
- 1.4 „Bisherige Konzessionäre“ sind die Vertragspartner von SWK aus den Werbenutzungsverträgen, welche zum 31. Dezember 2014 enden.
- 1.5 „City-Toilettenanlagen“ sind der Öffentlichkeit zugängliche oberirdische Toiletten in Modulbauweise, welche vorübergehend mit dem Grund und Boden verbunden werden.
- 1.6 „Dieser Vertrag“ bezeichnet diesen Vertrag nebst allen seinen Anlagen.
- 1.7 „Errichtung“ ist die erstmalige oder ersatzweise Aufstellung.

- 1.8 „Instandhaltung“ und „instand halten“ sind die Maßnahmen und Vorkehrungen gem. DIN 31051 bzw. DIN EN 13306 in der jeweils gültigen Fassung [insbes. „Wartung“ (Maßnahmen zur Erhaltung der Funktion bzw. zur Verzögerung des Abbaus des vorhandenen Abnutzungsvorrates), „Inspektion“ (Feststellung und Beurteilung des Ist-Zustandes, Bestimmung der Ursachen der Abnutzung und Ableitung von Maßnahmen), „Instandsetzung“ (Maßnahmen zur Rückführung einer Betrachtungseinheit in den funktionsfähigen Zustand) und „Verbesserung“ (Kombination aller Maßnahmen zur Steigerung der Funktionssicherheit ohne Änderung der Grundfunktionen)].
- 1.9 „Konzessionär“ ist jeder Dritte, welchem SWK nach Maßgabe dieses Vertrages Rechte und Verpflichtungen überträgt.
- 1.10 „KAW“ ist die Kölner Außenwerbung GmbH.
- 1.11 „Kulturwerbung“ ist Werbung für kulturelle Einrichtungen und Veranstaltungen. Näheres ergibt sich aus § 14.
- 1.12 „KVB“ ist die Kölner Verkehrs-Betriebe AG.
- 1.13 „Öffentliche Flächen“ im Sinne dieses Vertrages sind
- a) das öffentliche Straßenland einschließlich des Lichtraums über dem öffentlichen Straßenland innerhalb des Lichtraumprofils nach § 2 der Satzung der Stadt Köln über Erlaubnisse und Gebühren für Sondernutzungen an öffentlichen Straßen in ihrer jeweiligen Fassung;
 - b) der U-Bahn- und Stadtbahnbereich;
 - c) die Flächen von Grundstücken, welche im privaten Eigentum der Stadt stehen, mit Ausnahme der Flächen kultureller Einrichtungen, wie insbesondere Theater, Museen, Volkshochschulen, Philharmonie, Tanzbrunnen und Gürzenich;
 - d) die Flächen der im Alleineigentum der Stadt stehenden Tiefgaragen und Parkhäuser (derzeit die Tiefgaragen „Breslauer Platz“, „Am Dom“, „Philharmonie“, „Kaiser-Wilhelm-Ring“, „Mülheim“, „Kalk“, „Neptunplatz“, „Groß St. Martin“ und „Porz“ sowie die Parkgarage „Zoo“) auch innerhalb der Tiefgaragen und Parkhäuser.
- Nicht zu den Öffentlichen Flächen im Sinne dieses Vertrages gehören jedoch die Gebäude einschließlich ihrer Fassaden und Dächer, die im öffentlichen oder privaten Eigentum der Stadt stehen, die Ingenieurbauwerke, die Innen- und Außenbereiche von Sportstätten sowie Flächen, die im Eigentum und Besitz von juristischen Personen des öffentlichen oder privaten Rechts stehen (einschließlich solcher Personen, an denen Köln oder die SWK unmittelbar oder mittelbar beteiligt sind), soweit sich aus diesem Vertrag nicht ausdrücklich etwas anderes ergibt.
- 1.14 „Öffentliches Straßenland“ sind die Flächen nach § 1 der „Satzung der Stadt Köln über Erlaubnisse und Gebühren für Sondernutzungen an öffentlichen Straßen – Sondernutzungssatzung –“ in ihrer jeweiligen Fassung.
- 1.15 „Öffentliche Toiletten“ sind City-Toiletten sowie stationäre Stein auf Stein errichtete ober- und unterirdische Toilettenanlagen.

- 1.16 „Sponsorenwerbung“ ist Werbung für Veranstaltungen aller Art, bei der ein kommerzielles Unternehmen oder eine sonstige Organisation (z.B. gemeinnützige Organisationen, öffentlich-rechtliche Behörden, Anstalten etc.) als Sponsor der Veranstaltung bezeichnet wird und auftritt.
- 1.17 „Stadt“ bezeichnet die Stadt Köln.
- 1.18 „Stadtbahnbereich“ sind für die Zwecke dieses Vertrages die oberirdischen Haltestellen der Stadtbahn im Vertragsgebiet einschließlich Hochlagen einschl. der Zu- und Abgänge. Hierzu zählen auch zukünftig noch entstehende Haltestellen, soweit das Eigentum hieran bei der Stadt liegt.
- 1.19 „Stadtinformationsanlagen“ sind City-Light-Poster-Vitrinen im 4/1-Format (auch mit Wechslern auf einer Seite), auf deren einer Seite Stadtinformationen der Stadt, insbesondere Stadt- und Stadtteilpläne, auszuhängen sind (vorbehaltlich der Regelung in Ziff. 3.1.15).
- 1.20 „Stichtag“ ist der in Ziff. 21.1 bezeichnete Tag.
- 1.21 „Suchtmittel“ sind neben Betäubungsmittel gemäß dem BtMG auch Tabakprodukte und alkoholische Getränke.
- 1.22 „U-Bahnbereich“ sind sämtliche im Vertragsgebiet unterhalb des Straßenniveaus eingerichtete Räume und Verkehrsflächen mit Verbindung zu einer U-Bahn-Station sowie die U-Bahn-Stationen selbst einschl. der Wände und Decken aller Räumlichkeiten und aller Zu- und Abgänge. Hierzu zählen auch zukünftig noch entstehende U-Bahnbereiche, soweit das Eigentum hieran bei der Stadt liegt.
- 1.23 „Vertragsgebiet“ bezeichnet das Gebiet innerhalb der Grenzen der Stadt (einschließlich nicht-öffentlicher Flächen) gemäß § 1 der Hauptsatzung der Stadt Köln in der am Stichtag geltenden Fassung.
- 1.24 „Werbeträger“ im Sinne dieses Vertrages sind alle Anlagen auf Öffentlichen Flächen zur Aufnahme von Werbung im Sinne der Ziff. 3.1, die an die Öffentlichkeit außerhalb von Gebäuden (im Falle von Ziff. 1.13 lit. d) auch innerhalb der Gebäude) gerichtet ist, einschließlich der mit ihnen verbundenen Einrichtungen (insbesondere Stromanschlüsse) und Ausstattungsmerkmale, einschließlich Fahrgastunterstände (FGU). Fahrgastunterstände sind auch dann „Werbeträger“ i.S. dieses Vertrages, wenn auf diesen Anlagen keine Werbung möglich ist oder keine Werbeflächen vorhanden sind.
- 1.25 „Werbung“ ist auch Eigenwerbung, Kulturwerbung und Informationen der Stadt und der SWK, soweit sich aus dem Zusammenhang nichts anderes ergibt.
- 1.26 „Zirkuswerbung“ ist Werbung auf Kunststoff-, Hartfaser- und Pappplatten für Veranstaltungen von Gruppen von Artisten, die während einer begrenzten Zeit in Köln artistische Darbietungen (z.B. Akrobatik, Clownerie, Zauberei, Tierdressuren) in Aufführungsstätten zur Schau stellen.

2. Gegenstand dieses Vertrages

2.1 Die Stadt überträgt im Rahmen des rechtlich Zulässigen, nach Maßgabe der Bestimmungen dieses Vertrages und vorbehaltlich entgegenstehender Rechte Dritter SWK das ausschließliche Recht, im Vertragsgebiet auf Öffentlichen Flächen der Stadt Werbeträger zu errichten und zu betreiben und an oder mit diesen auf eigene Kosten Werbung zu betreiben. SWK kann die Wahrnehmung dieser Rechte nach Maßgabe von Ziff. 5 ganz oder teilweise auf Konzessionäre übertragen.

2.2 Nicht übertragen werden Rechte für:

2.2.1 Werbung in und an motorisierten Fahrzeugen;

2.2.2 Werbeträger und -medien, die zur politischen Werbung oder Wahlwerbung vorübergehend zusätzlich von der Stadt zugelassen werden;

2.2.3 Vorübergehende Werbung einschließlich Sponsorenwerbung (ausgenommen hinterleuchtete und digitale Werbung in den in Ziff. 3.1.1 bis 3.1.9 bezeichneten Formaten) aus Anlass und für große Veranstaltungen einschließlich Public-Viewing-Veranstaltungen, die diese großen Veranstaltungen betreffen (keine rein lokalen Veranstaltungen). Hierzu gehören Sportveranstaltungen von nationaler und internationaler Bedeutung wie z.B. Veranstaltungen des DFB, der FIFA, der UEFA, des IOC, EHB-Champions League, der KölnMarathon sowie sonstige Großereignisse von nationaler oder internationaler Bedeutung wie z.B. Kirchentage, Weltjugendtage und der Christopher-Street-Day;

2.2.4 Vorübergehende Werbung einschließlich Sponsorenwerbung (ausgenommen hinterleuchtete und digitale Werbung in den in Ziff. 3.1.1 bis 3.1.9 bezeichneten Formaten) für, aus Anlass und im räumlichen Zusammenhang mit anderen als den in Ziff. 2.2.3 genannten Veranstaltungen, wie z.B. Karneval, Weihnachtsmärkte, Straßen- und Stadtteilstädte. Der Platz für die Nennung und Darstellung der Sponsoren auf der Veranstaltungsfläche darf 10 % der genehmigten Veranstaltungsfläche nicht überschreiten.

2.2.5 Vorübergehende Werbung (ausgenommen hinterleuchtete und digitale Werbung) für und im Zusammenhang mit durchreisenden traditionellen Kulturveranstaltern mit eigenen Veranstaltungsaufbauten (bei Zelten bis zu 500 Zuschauerplätzen), die nur lokal stadtteilbezogenes Publikum ansprechen, sowie Werbung für stadtteilbezogene nicht kommerziell ausgerichtete Kulturveranstalter;

- 2.2.6 Werbung an der Stätte der Leistung (ausgenommen hinterleuchtete Werbung im 4/1- und 18/1- Format und digitale Werbung ab 4/1- bis 18/1-Format);
- 2.2.7 Hinweisschilder, mit denen auf den Standort eines oder/und den Zugang zu einem Dritten hingewiesen wird, um gewerbliche Beeinträchtigungen dieser Dritten im Falle von konkreten infrastrukturellen Maßnahmen der öffentlichen Hand (wie z.B. Bau-maßnahmen) für die Dauer der Maßnahme zu mindern, auch wenn sie Werbeinhalte enthalten;
- 2.2.8 Werbung auf Flächen, die für wissenschaftliche, kulturelle oder schulische (vgl. § 99 Abs. 2 SchulG) Zwecke genutzt werden und die sich nur an die Besucher der jeweiligen Einrichtungen richtet;
- 2.2.9 Öffentliche Flächen, die von der Stadt an Dritte aufgrund eines dauerhaften Vertragsverhältnisses zur Nutzung durch Dritte auf eigene Kosten überlassen wurden oder werden (insbesondere an Dritte vermietete und verpachtete Flächen). Das Recht nach Ziff. 2.1 gilt jedoch für die U-Bahn- und Stadtbahnbereiche;
- 2.2.10 Werbung für die Koelnmesse-Gruppe mit einer (1) sog. Triade (derzeitiger Standort Otto-Platz) und mit Messebeflaggung, wodurch ausschließlich auf Messeveranstaltungen hingewiesen wird;
- 2.2.11 Werbung auf Fahrradverleihstationen und Leihfahrrädern (ausgenommen hinterleuchtete und digitale Werbung in den in Ziff. 3.1.1 bis 3.1.9 bezeichneten Formate).
- 2.3 Öffentliche Toiletten werden nicht mit Werbung versehen. Errichtung und Betrieb von öffentlichen Toilettenanlagen durch die SWK – entweder auf Rechnung der Stadt oder mit Verlustausgleichstragung seitens der Stadt – sind Gegenstand eines gesonderten Vertrages, falls die Stadt beabsichtigt, diese Leistung ganz oder teilweise auf SWK zu übertragen.
- 2.4 SWK wird für den Fall der Übertragung der Werberechte an Konzessionäre beauftragt, mit den Bisherigen Konzessionären Vereinbarungen zu verhandeln und zu schließen, welche für einen geregelten und das öffentliche Interesse so weit wie möglich berücksichtigenden Übergang der Werberechte auf die Konzessionäre sicher stellen. Dies gilt insbesondere für einen Abbau der Fahrgastunterstände unter geringstmöglicher Beeinträchtigung der Fahrgäste z.B. Zug um Zug mit dem sofortigen Aufbau der neuen Fahrgastunterstände. SWK ist berechtigt, im Rahmen des rechtlich Zulässigen auch Angebote von zukünftigen Konzessionären und Bietern einzuholen, aufgrund deren der Betrieb von bereits vorhandenen Werbeträgern ganz oder teilweise fortgeführt wird. Soweit solche Vereinbarungen Rechte oder Pflichten der Parteien aus dem bisherigen und/oder diesem neuen Werbenutzungsvertrag ändern würden, ist seitens der Stadt der Vereinbarung vor Abschluss zuzustimmen. Mit der Zustimmung erklärt die Stadt zugleich ihr Einver-

ständnis mit der durch die Vereinbarung bewirkten Änderung der bestehenden vertraglichen Regelungen und der entsprechenden Berücksichtigung bei der Übertragung auf Konzessionäre.

- 2.5 Die Stadt behält sich ungeachtet Ziff. 2.1 vor, während der Laufzeit dieses Vertrages Rechte über andere als die unter Ziff. 3.1 genannten Werbemöglichkeiten (nachfolgend „Neue Werbemöglichkeiten“) an Konzessionäre zu vergeben. Dies gilt jedoch nicht für Plakatwerbung in Formaten, deren Flächen um weniger als 15 % von 1/1-, 4/1-, 8/1- und 18/1-Formaten abweichen. Digitale Werbung gehört nicht zu den Neuen Werbemöglichkeiten.
- 2.6 Die Stadt verpflichtet sich, für die Laufzeit dieses Vertrags keine Werberechte an Fassaden und Dächern von Gebäuden auf öffentlichen Flächen an Dritte zu vergeben. Ausgenommen sind Eigenwerbung (einschließlich Stadtinformationen) und Kulturwerbung.
- 2.7 Die Stadt verpflichtet sich, keine Rechte für Werbung auf Fahrradständern an Dritte über die an SWK nach Ziff. 3.1.15 vergebenen Rechte hinaus zu vergeben.

3. Werbemöglichkeiten

- 3.1 SWK bzw. im Falle der Übertragung der Rechte die Konzessionäre sind während der Laufzeit dieses Vertrages berechtigt, ausschließlich nachfolgende Werbeträger nach Maßgabe der Bestimmungen dieses Vertrages und der Anlage 3.1 zu errichten und für Werbung zu nutzen und durch Konzessionäre zu errichten oder an Konzessionäre zur Nutzung für Werbung zu überlassen:
 - 3.1.1 Bis zu 200 hinterleuchtete Großflächen mit und ohne Plakatwechsellvorrichtung (City-Light-Boards/Mega-Lights im 18/1-Format, jeweils mit Monofuß oder an Hauswänden befestigt; diese können nach noch mit der Stadt abzustimmenden Kriterien ganz oder teilweise durch digitale City-Light-Boards/Mega-Lights im 18/1-Format, ohne bewegte Bilder ersetzt werden);
 - 3.1.2 bis zu 300 hinterleuchtete Werbesäulen (City-Light-Säulen; 8/1 und/oder 4/1-Format), auch drehbar;
 - 3.1.3 bis zu 300 Großflächen (beleuchtet oder unbeleuchtet) für geklebte Plakate im ca. 18/1-Format. Diese Großflächen können auch hinterleuchtet mit oder ohne Wechsler ausgestattet werden, wobei jede hinterleuchtete Großfläche auf das Kontingent (300 geklebte Großflächen) als zwei Großflächen angerechnet wird;
 - 3.1.4 bis zu 70 hinterleuchtete Großflächen im 18/1-Format mit oder ohne Plakatwechsellvorrichtung im U-Bahnbereich;

- 3.1.5 bis zu 350 hinterleuchtete Stadtinformationsanlagen (4/1-Format; auch mit Zweifach- oder Dreifach-Plakatwechsellvorrichtung auf der nicht der Stadtinformation [Dauerwerbung und Kampagnenwerbung] vorbehaltenen Seite). Diese Anlagen werden für Eigenwerbung der Stadt nach Maßgaben von Ziff. 13 verwendet. Davon werden bis zu 130 Anlagen mit Dauerwerbung der Stadt (vor allem Stadtpläne, Hinweisschilder, Verkehrszeichen), die restlichen Anlagen mit Kampagnenwerbung der Stadt bestückt, jeweils nach Maßgabe von Ziff. 13. Die Standorte mit Dauerwerbung werden von der Stadt festgelegt;
- 3.1.6 Fahrgastunterstände (FGU) an ÖPNV-Haltestellen nach Maßgabe von Ziff. 9; diese können vorbehaltlich Ziff. 3.5 nach Wahl der SWK bzw. des Konzessionärs mit hinterleuchteten City-Light-Poster-Vitrinen im 4/1-Format, an maximal 1.100 FGU auch mit Zweifach- oder Dreifach-Plakatwechsellvorrichtung auf den nach außen gerichteten Seiten ausgestattet werden; nach noch mit der Stadt abzustimmenden Kriterien können die City-Light-Poster-Vitrinen durch digitale Vitrinen im gleichen Format ersetzt werden;
- 3.1.7 *[entfällt]*;
- 3.1.8 bis zu 500 Litfaßsäulen als Allgemeinstellen (un- und beleuchtet);
- 3.1.9 standardisierte digitale Werbeflächen (z.B. „Infoscreens“) im Haltestellenbereich des U-Bahnbereichs, auch mit bewegten Bildern, mit maximaler Größe (Anlagengröße) von 2,80 m (Breite) x 2,35 m (Höhe);
- 3.1.10 bis zu 2.450 DIN-A1-Wechselrahmen (einschließlich sog. DIN-A1-Klapprahmen), davon 450 im U-Bahnbereich;
- 3.1.11 Gewerbehinweisanlagen (nicht beleuchtet oder hinterleuchtet) mit Dauerwerbung;
- 3.1.12 Werbe-Mastschilder an Lichtmasten mit Dauerwerbung (nicht beleuchtet, nicht hinterleuchtet). Die Anzahl der Mastschilder ist auf eines (1) pro Lichtmast beschränkt. Die Werbung mit Mastschildern beschränkt sich auf einen Umkreis von maximal 500 Metern um das jeweils beworbene Objekt;
- 3.1.13 Verkehrswachttafeln (Gewerbehinweisanlagen mit Verkehrsinformationen);
- 3.1.14 „Blow-Ups“ (Riesenposter an privaten Baugerüsten welche auf einer Öffentlichen Fläche errichtet sind oder hineinragen und auch als Staubschutzplanen dienen können);

- 3.1.15 Werbung auf Fahrradständern, jedoch nur im Rahmen der in **Anlage 3.1** beschriebenen Voraussetzungen;
 - 3.1.16 Messedreiecksständer;
 - 3.1.17 Zirkuswerbung nach Maßgabe von Ziff. 1.26;
 - 3.1.18 Werbung auf Bauzäunen privater Baustellen, welche auf einer Öffentlichen Fläche errichtet sind oder hineinragen;
 - 3.1.19 bis zu 97 Uhrensäulen mit Werbung, wovon 10 Standorte von der Stadt zum Stichtag frei festgelegt werden können;
 - 3.1.20 bis zu 4 Stadtinformationsvitrinen.
- 3.2 Im U-Bahnbereich dürfen nur die ausschließlich für diesen Bereich bezeichneten Werbemöglichkeiten genutzt werden. Die Werbung zu Ziffern 3.1.2 bis 3.1.6 (ausgenommen Werbung zu Ziff. 3.1.3 und 3.1.4) kann auch in digitaler Form erfolgen, soweit keine Bewegtbilder eingesetzt werden.
- Die in **Anlage 3.2** bezeichneten Einschränkungen der Werbemöglichkeiten sind zu beachten. Werbung auf Spielplätzen, Grünflächen nach der Grünflächenordnung, in Naturschutzgebieten und geschützten Landschaftsbestandteilen nach dem Landschaftsplan der Stadt ist nicht gestattet, ausgenommen Straßenbegleitgrün.
- 3.3 Nicht in Ziff. 3.1 bezeichnete Werbemöglichkeiten dürfen nicht genutzt werden. Evtl. nach dem bisherigen Werbenutzungsvertrag mit SWK bestehende, jedoch nicht mehr mit diesem Vertrag zugelassene Werbeträger und/oder Werbemöglichkeiten sind vorbehaltlich gesonderter Vereinbarungen (zB. Überleitungsvereinbarungen gemäß Ziff. 2.4) nach Maßgabe des bisherigen Werbenutzungsvertrages abzubauen. Dies gilt insbesondere für Werbemöglichkeiten auf Bauzäunen öffentlicher Bauherren, City-Stars (beleuchtetes 18/1-Format mit Klebeflächen und Monofuß), (Voll-)Beklebung von Fahrgastunterständen, Promotionwerbung, Treppenwerbung, Fahrradständer und Mastschilder (für letztere gelten die näheren Maßgaben von **Anlage 3.1**):
- 3.4 Bei der Errichtung von Werbeträgern an Standorten, die bereits zum Stichtag vorhanden sind, kann in Einvernehmen mit der Stadt unter Beachtung der Voraussetzungen von Ziff. 16 von den bezeichneten Standorten im Einzelfall geringfügig abgewichen werden, um die Werbewirksamkeit zu erhöhen.
- 3.5 Kann in Fahrgastunterständen nach Ziff. 3.1.6. aus baulichen Gründen, aus Gründen der Betriebssicherheit nach der Verordnung über den Bau und Betrieb der Straßenbahnen (BOStrab) oder nach den Richtlinien der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen für die

Anlage von Stadtstraßen 2006 (RASt06) oder im Bereich des Busverkehrs zur Ermöglichung einer Sichtbeziehung zwischen Fahrer und Fahrgast eine zweiseitige City-Light-Poster-Vitrine nicht quer zur Fahrbahn angebracht werden, so können bis zu zwei einseitige City-Light-Poster-Vitrinen oder eine zweiseitige City-Light-Poster-Vitrine an der Rückwand des Fahrgastunterstandes angebracht werden.

Ist auch dies aus baulichen Gründen nicht möglich, so kann die zweiseitige City-Light-Poster-Vitrine ausnahmsweise im Haltestellenbereich (Bahnsteigkanten Straßenbahn bzw. zwischen den Caps von Bushaltestellen) ausgelagert werden, sofern sich ein entsprechender Standort findet. Der Standort ist zwischen der Stadt und SWK abzustimmen.

Ist an einem von der Stadt festgelegten FGU-Standort die Anbringung eines Werbeträgers nach den Vorgaben dieses Vertrages nicht möglich, ist der Fahrgastunterstand ohne Werbung aufzustellen.

- 3.6 Entfallen Werbeträger, weil das Eigentum oder das Verfügungsrecht der Stadt an Öffentlichen Flächen an einen Dritten übergeht, so werden sich die Vertragspartner nach besten Kräften um Ersatzstandorte bemühen; ist dies nicht möglich, so reduziert sich das Entgelt entsprechend Ziff. 17. Der Abbau muss unabhängig von den Bemühungen um einen Ersatzstandort erfolgen.
- 3.7 Beabsichtigt die Stadt während der Laufzeit dieses Vertrages, Neue Werbemöglichkeiten nach Ziff. 2.5 einzuführen, so wird die Stadt dies SWK schriftlich anzeigen, und mit SWK zunächst für sechs (6) Monate exklusive Verhandlungen über die Überlassung der Rechte an den betreffenden Neuen Werbemöglichkeiten an SWK führen.
- 3.8 Veräußert die Stadt Öffentliche Flächen an Dritte, die jedoch nachfolgend an die Stadt zur Nutzung überlassen werden (z.B. im „Sale-and-Lease-Back-Verfahren“), so wird sich die Stadt bemühen (soweit dies im Einklang mit der zukünftigen Nutzung steht), die Rechte von SWK nach Ziff. 2.1 und Ziff. 3.1 für diese Flächen zu erhalten. Werden von der Stadt Öffentliche Flächen an mit der Stadt nach § 15 AktG verbundene Unternehmen veräußert oder zur Nutzung überlassen, wird die Stadt im Rahmen des Zumutbaren durchsetzen versuchen, die Rechte von SWK nach Ziff. 2.1 und Ziff. 3.1 zu erhalten. Gelingt dies nicht, so gilt Ziff. 3.6, sofern die betroffenen Werbeträger ohne Ersatz auf dem veräußerten oder überlassenen Grundstück abgebaut werden müssen.

4. Werbeanlagen und Werbung, welche die Stadt vergeben hat

Die Stadt hat bestimmte Werberechte selbst vergeben, welche Bestandsschutz genießen. Die Stadt soll diese Werberechte nicht verlängern.

5. Vergabe der Werberechte an Konzessionäre, Informationsverpflichtungen

- 5.1 SWK ist berechtigt, die Rechte und Pflichten aus und im Zusammenhang mit diesem Vertrag ganz oder teilweise auf Konzessionäre zu übertragen.
- 5.2 Die Übertragung auf Konzessionäre muss im Rahmen eines rechtskonformen Verfahrens erfolgen. Dabei soll ein rechtlich zulässiges Verfahren gewählt werden und eine Aufteilung der Rechte nach wettbewerbs- und rechtskonformen Losen erfolgen, insbesondere um so einen möglichst intensiven und fairen Wettbewerb zwischen Bietern zu ermöglichen. SWK ist berechtigt, Übergangslösungen mit den Bisherigen Konzessionären zu vereinbaren.
- 5.3 Bei der Vergabe von Rechten an Konzessionäre müssen die in diesem Vertrag festgelegten Vorgaben beachtet werden. Im Übrigen kann SWK die Vergabe von Rechten nach billigem Ermessen ausüben, bei dem die Belange der Stadt zwingend zu berücksichtigen sind.
- 5.4 SWK wird sich um ein rechtskonformes Verfahren bei der Vergabe von Rechten an Konzessionäre bemühen. Den Vertragsparteien ist bekannt, dass aufgrund noch ungeklärter rechtlicher Erfordernisse bei der Vergabe von Außenwerbekonzessionen Rügen und andere rechtliche Maßnahmen von Bietern nicht ausgeschlossen werden können.
- 5.5 SWK ist berechtigt, die Rechte und Pflichten und im Zusammenhang mit diesem Vertrag ganz oder teilweise auf einen Konzessionär auch ohne Ausschreibung im Rahmen einer sog. In-house-Vergabe unter Beachtung der Regelungen dieses Vertrages zu übertragen, wenn dieser Konzessionär ein mit der SWK nach § 15 AktG verbundenes Unternehmen ist und eine solche Inhouse-Vergabe rechtlich zulässig ist. SWK wird einen solchen Konzessionär verpflichten, die Vorgaben nach dieser Ziff. 5 einzuhalten, sofern dieser Konzessionär die ihm übertragenen Rechte und Pflichten auf andere Konzessionäre übertragen will. Im Übrigen steht SWK gegenüber der Stadt dafür ein, dass dieser Konzessionär die ihm übertragenen Rechte und Pflichten wie in diesem Vertrag vorgesehen wahrnimmt bzw. erfüllt. Ziff. 5.10 gilt bei einer solchen Übertragung von Rechten und Pflichten auf andere Konzessionäre entsprechend.
- 5.6 SWK wird die Stadt laufend über das Verfahren und die Ergebnisse unterrichten. Ferner wird SWK die Stadt über wesentliche Vorkommnisse während der Laufzeit dieses Vertrages unterrichten und die Stadt ggf. konsultieren.
- 5.7 Die Stadt wird SWK so rechtzeitig über vertragswesentliche Vorgänge und Vorkommnisse aus ihrer Sphäre unterrichten, dass SWK in der Lage ist, sich und die Konzessionäre hierauf einzustellen. Das gilt insbesondere für etwaig erforderliche Verlegungen und den Abbau von Werbeträgern.
- 5.8 Die Stadt wird die Interessen von SWK fördern und sie bei der Durchführung ihrer Aufgaben unterstützen. Hierzu gehört insbesondere eine zügige Bescheidung von Bau- und sonstigen er-

forderlichen Anträgen zur Errichtung neuer Werbeträger sowie die ordnungspolitische Unterstützung bei der Verfolgung von illegaler Werbung und Wildplakatierung.

- 5.9 Stellt sich während der Laufzeit dieses Vertrages, insbesondere während eines Bieterverfahrens heraus, dass eine Änderung einer zwingenden Regelung dieses Vertrages zu einem nicht unerheblichen Vorteil für die Vertragsparteien führen könnte, so wird die Stadt auf Wunsch der SWK eine solche andere Regelung wohlwollend prüfen und ihr zustimmen, wenn keine Nachteile für die Stadt zu besorgen sind. Ist die Änderung einer Regelung aus rechtlichen oder tatsächlichen Gründen zwingend erforderlich, so wird die Stadt einer solchen Änderung zustimmen. Entsprechendes gilt für SWK, falls die Stadt eine Änderung einer oder mehrerer Regelungen für erforderlich hält, und die Änderung entweder zwingend erforderlich ist oder keine Nachteile zu Lasten der SWK (insbesondere auch im Verhältnis zu Dritten) zu besorgen sind. Dies gilt vorbehaltlich etwaiger einzuholender Gremienbeschlüsse.
- 5.10 Klarstellend gilt, dass Konzessionäre keine Erfüllungsgehilfen von SWK sind. SWK wird jedoch die mit diesen vereinbarten Pflichten ggf. auch durch Ersatzvornahmen oder die Inanspruchnahme der zuständigen Gerichte auf eigene Kosten durchsetzen.

6. Neue Werbeträger

- 6.1 SWK wird vorbehaltlich von Überleitungsvereinbarungen gem. Ziff. 2.4 die vertragsgegenständlichen Werbeträger nach den in Ziff. 10, **Anlage 12.1** und **Anlage 3.2** festgelegten gestalterischen und technischen Anforderungen neu errichten bzw. errichten lassen.
- 6.2 Sofern neue Werbeträger zu errichten sind, wird SWK sich im Falle der Übertragung der Werberechte auf Konzessionäre bemühen, durch Vereinbarungen mit den zukünftigen Konzessionären sicherzustellen, dass diese ab der Erteilung der erforderlichen Genehmigungen durch die Stadt (Ziff. 16) zeitnah errichtet werden. Die Stadt wird im Rahmen des rechtlich Zulässigen erforderliche Genehmigungen zur Errichtung neuer Werbeträger schnellstmöglich prüfen und erteilen und im Falle der Weitergabe der Werberechte an Konzessionäre soweit wie möglich für bisherige Standorte die Fortführung der Genehmigung bereits vor Beginn des Bieterverfahrens klären. Hat die Stadt im Hinblick auf die Genehmigung einzelner Werbeträger Bedenken, so werden diese unverzüglich SWK mitgeteilt.
- 6.3 Das Eigentum an den Werbeträgern verbleibt während der Laufzeit dieses Vertrages bei denjenigen, welche die Werbeträger errichten oder Eigentum an diesen haben oder erwerben. Die Werbeträger werden nur vorübergehend mit den jeweiligen Öffentlichen Flächen der Stadt verbunden.

7. Besondere Anforderungen an die Errichtung und den Abbau von Werbeträgern

- 7.1 Werbeträger sind so zu errichten, dass sie den Anforderungen an die Sicherheit und Ordnung, der Verkehrssicherheit und den anerkannten Regeln der Technik genügen. Hierzu gehören auch der Schutz und die Unversehrtheit von Bäumen inkl. der Baumkronen und der Baumwurzeln.
- 7.2 Einrichtungen und Sachen Dritter, einschließlich der Stadt, dürfen durch das Errichten von Werbeträgern nicht beschädigt werden.
- 7.3 Alle Bauarbeiten sind so durchzuführen, dass die Sicherheit des Verkehrs nicht und seine Leichtigkeit nur im erforderlichen Umfang beeinträchtigt werden. Anweisungen der zuständigen Behörden sind zu beachten. Ggf. erforderliche Aufgrabungs- und Verkehrsgenehmigungen sind nach den geltenden Regelungen einzuholen. Die anfallenden Gebühren sollen die Konzessionäre tragen und direkt an die Stadt entrichten.
- 7.4 Zugänge zu Grundstücken und öffentlichen Einrichtungen dürfen durch die Bauarbeiten nur im erforderlichen Umfang eingeschränkt werden. SWK hat die Betroffenen rechtzeitig vor Baubeginn zu unterrichten bzw. sicherzustellen, dass zukünftige Konzessionäre diese Unterrichtung der Betroffenen vornehmen.
- 7.5 Bei dem Abbau von Werbeträgern ist der vorherige Zustand einschließlich des Deckenschlusses und der Vegetation herzustellen. Im Übrigen gelten Ziff. 7.2 bis Ziff. 7.4 entsprechend.
- 7.6 Im Umkreis von 100 Metern um Spielplätze ist der konkrete Standort von Werbeträgern gemäß Ziff. 3.1.1 bis 3.1.3 und 3.1.5 im Einvernehmen mit der Stadt festzulegen. Diese Bereiche sind den Plänen zu Anlage 3.2 zu entnehmen. SWK bzw. die zukünftigen Konzessionäre haben bei jeder Antragstellung von Werbeanlagen gemäß Ziffer 3.1.1 bis 3.1.3 und 3.1.5 im Baugenehmigungsverfahren gesondert darauf hinzuweisen, ob sich die Werbeanlagen innerhalb eines Umkreises von 100 Metern um Spielplätze befinden. Beantragte Werbeanlagen innerhalb dieser Umkreise sind zur Herstellung des Einvernehmens dem Stadtplanungsamt der Stadt Köln im Rahmen des Baugenehmigungsverfahrens gesondert vorzulegen. Sofern aus baurechtlicher Sicht nichts gegen die Erteilung der Genehmigung spricht und alle ggf. weiteren erforderlichen Genehmigungen und Erlaubnisse vorliegen, ist das Einvernehmen von der Stadt herzustellen, sofern nicht zwingende stadtgestalterische Belange gegen den Werbeträgerstandort sprechen. Die Vertragsparteien wirken gemeinsam darauf hin, attraktive Werbeträgerstandorte in den in Satz 1 beschriebenen Zonen auch unter Berücksichtigung der stadtgestalterischen Aspekte zu ermöglichen. Sieht die Stadt zwingende stadtgestalterische Belange tangiert, werden diese dem Antragsteller und SWK unverzüglich mitgeteilt und die beantragte Baugenehmigung klagefähig abgelehnt.

8. Betrieb von Werbeträgern

- 8.1 Werbeträger sind während der Laufzeit dieses Vertrages in einem stets verkehrssicheren Zustand zu erhalten und zu betreiben. Der Umfang der Betriebspflicht ergibt sich aus Ziff. 1.2 sowie den nachfolgenden Regelungen.
- 8.2 Die Stadt wird mit Stromanschluss- und Stromkosten nicht belastet.
- 8.3 Die Werbeträger sind stets sauber zu halten. Die regelmäßige Reinigung der Werbeträger erfolgt nach Bedarf.
- 8.4 Beschädigte, störend zerkratzte, beklebte, besprühte, bemalte oder auf andere Weise verunstaltete oder verschmutzte Werbeträger werden unverzüglich nach Bekanntwerden ersetzt, instand gesetzt oder – soweit ausreichend – gereinigt.
- 8.5 Beschädigte Plakate oder sonstige beschädigte Werbung werden zeitnah ausgetauscht. Schädlungen von Litfaßsäulen und Großflächen mit geklebter Werbung sind nach Bedarf durchzuführen.

9. Sondervorschriften für den Aufbau und Betrieb von Fahrgastunterständen

- 9.1 Es sind mindestens 1.500 Fahrgastunterstände aufzubauen. Die Haltestellenstandorte werden durch die Stadt festgelegt. Der Aufbau weiterer 50 Fahrgastunterstände kann von der Stadt verlangt werden, wenn dies aufgrund der örtlichen Gegebenheiten möglich ist.
- 9.2 SWK wird sicherstellen, dass sowohl die KVB als auch die Häfen und Güterverkehr Köln AG (HGK) den Aufbau von Fahrgastunterständen auf KVB- bzw. HGK-eigenen oberirdischen Stadtbahnhaltestellen gestattet.
- 9.3 Die Reinigung von Fahrgastunterständen erfolgt im erforderlichen Umfang.
- 9.4 Die Fahrgastunterstände sind ordnungsgemäß entsprechend Ziff. 1.2 zu betreiben und ggf. zu ersetzen.
- 9.5 Bei Dämmerung und nächtlicher Dunkelheit sind Fahrgastunterstände einschließlich ihrer City-Light-Poster-Vitrinen (soweit vorhanden) durchgehend zu beleuchten. Auf Verlangen der Stadt können die Beleuchtungszeiten an die Betriebszeiten des ÖPNV angeglichen werden.
- 9.6 Ziff. 8 gilt ergänzend.

10. Design und Ausstattung von Werbeträgern

- 10.1 Die Stadt beabsichtigt, Rahmenbedingungen für das Design und die technische Ausstattung der Werbeträger vorzugeben. Diese Rahmenbedingungen sind als **Anlage 10.1** Bestandteil dieses Vertrages. Weitere Vorgaben ergeben sich aus **Anlage 3.2**. Diese Rahmenbedingungen und

Vorgaben wird SWK einhalten bzw. den Bietern bei der Ausschreibung der Werbekonzessionen auferlegen. Soweit Designregeln während der Laufzeit des Vertrages angepasst werden sollen, kann dies nur nach vorheriger Abstimmung zwischen Stadt, SWK und Konzessionär erfolgen.

- 10.2 SWK behält sich vor, von den Bietern in einem Bieterverfahren Vorschläge für das Design der Werbeträger, welche den in Ziff. 10.1 beschriebenen Vorgaben entsprechen, einzuholen und eine Auswahl und Festlegung zu treffen. Dabei besteht zwischen den Vertragsparteien Einvernehmen, dass eine hohe gestalterische Qualität, welche in das Stadtbild der Stadt passt und dieses fördert, von wesentlicher Bedeutung für die Stadt ist. Das Design der Werbeträger soll wesentlicher Bewertungsbestandteil (mehr als 20 %) eines wettbewerblichen Bieterverfahrens sein. Das energetische Konzept der Bieter fließt angemessen in die Bewertung der Angebote ein. Die Bewertung wird durch ein fachlich geeignetes Gremium (u. a. durch Beteiligung der Stadt) erfolgen.

Die Werbeträger müssen mit bestimmten, sich aus der **Anlage 10.1** ergebenden Merkmalen und Ausstattungen versehen sein. Weitergehende technische und gestalterische Einzelheiten werden rechtzeitig festgelegt.

11. Duldungspflichten und Kostentragung

- 11.1 Die Stadt und SWK sind verpflichtet, sich vor Ausführung von Arbeiten, welche die Anlagen und Einrichtungen des anderen Vertragspartners bzw. - auf Seiten der SWK - der Konzessionäre beeinträchtigen oder wesentlich stören können, rechtzeitig zu verständigen. Dies gilt nicht bei der Beseitigung von unmittelbaren Gefahren. In diesem Fall ist der Vertragspartner unverzüglich nachträglich zu unterrichten.
- 11.2 Die Stadt hat das Recht, von SWK jederzeit aus berechtigtem Grund (insbesondere bei Straßen- und Wegebauarbeiten oder Gefährdung der Sicherheit oder des Verkehrs) den Abbau, die Anpassung oder Verlegung von nach diesem Vertrag bereits errichteten Werbeträgern zu verlangen. Die Werbeträger sind unverzüglich von SWK abzubauen. Ziff. 3.6 gilt für dadurch entfallende Werbeträger entsprechend. Soweit Rechte an Konzessionäre vergeben werden, ist dies durch vertragliche Regelungen mit diesen Konzessionären sicherzustellen.
- 11.3 Kosten für Maßnahmen nach Ziff. 11.1 und 11.2 werden von der Stadt nicht übernommen.

12. Werbeverbote

- 12.1 SWK verpflichtet sich sicherzustellen, dass die jeweilige Werbung den gesetzlichen und behördlichen Vorschriften und den guten Sitten und insbesondere dem UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) entspricht. Zusätzlich sind die Grundsätze des Deutschen Werberates gegen Herabwürdigung und Diskriminierung von Personen einzuhalten. Unzulässig ist darüber hinaus Werbung für Suchtmittel in der Nähe von Schulen und in der Nähe von in **Anlage 12.1**

bezeichneten Kinderspielplätzen, soweit die Werbung von dem Schul- oder Spielplatzgelände aus einsehbar ist. Ziff. 3.2 und Ziff. 7.6 sind zu beachten.

SWK wird im Rahmen des rechtlich Zulässigen die nachfolgenden Verpflichtungen beachten bzw. den Konzessionären auferlegen:

Werbung ist zu unterlassen, welche

- Menschen u. a. aufgrund ihres Geschlechts, ihrer Hautfarbe, Rasse, Herkunft oder Religion diskriminiert;
- sexistische Darstellungen und Botschaften enthält;
- in unzulässiger Weise abstoßend ist;
- Menschen als käufliche Ware darstellt;
- kriegsverherrlichend ist;
- gewaltverherrlichend ist,
- sich an Kinder richtet.

Darüber hinaus behält sich der Stadtvorstand der Stadt Köln vor, ein Votum zu solcher Werbung gegenüber der Geschäftsführung der SWK abzugeben, die aus seiner Sicht gegen die Grundsätze der Ziff. 12.1 verstößt, mit dem Ziel, dass solche Werbung künftig zu unterlassen ist.

12.2 Die Stadt sieht es als notwendig an, mit zukünftigen Konzessionären auf freiwilliger Basis zu vereinbaren, dass

- am 11.11. jeden Jahres und eine Woche vor der Weiberfastnacht bis zum Aschermittwoch auf jede Werbung für hochprozentigen Alkohol (>15 % Volumenprozent) im Vertragsgebiet verzichtet wird;
- an Weiberfastnacht auf dem Neumarkt und entlang der Schildergasse und der Gürzenichstraße keine Werbung für alkoholische Getränke erfolgt;
- Werbung für Suchtmittel im Umfeld von Schulen und ausgesuchten Kinderspielplätzen gemäß **Anlage 12.1** in einer Sichtweite von bis zu 200 m unzulässig ist.

12.3 SWK verpflichtet sich, darauf hinzuwirken, dass auf Aufforderung der Stadt unverzüglich Werbung, die gegen Ziff. 12.1 verstößt, entfernt wird. Soweit Rechte an Konzessionäre vergeben werden, ist dies durch vertragliche Regelungen mit diesen Konzessionären sicherzustellen.

13. Eigenwerbung der Stadt

- 13.1 SWK wird während der Laufzeit dieses Vertrages der Stadt nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen Werbeflächen für Eigenwerbung zur Verfügung stellen bzw. bei Weitergabe der Werberechte an Konzessionäre durch diese bereitstellen lassen.
- 13.2 Vorbehaltlich der Regelung in Ziff. 3.1.5 ist in 130 Stadtinformationsanlagen eine Seite (ohne Wechsleranlage) kostenlos für Dauerwerbung (hier einschließlich Übernahme der Aushang- und Druckkosten durch SWK bzw. den Konzessionär; die Druckvorlagen stellt die Stadt auf eigene Kosten zur Verfügung) für die Stadt vorzusehen. Die Auswahl der Seite obliegt dem Konzessionär. Die Stadtinformationsanlagen mit Dauerwerbung werden von der Stadt bestimmt. Ein Austausch der Dauerwerbung erfolgt auf Anforderung der Stadt durch SWK bzw. den Konzessionär bei Bedarf, frühestens alle 2 Jahre. In weiteren 220 Stadtinformationsanlagen und in 300 in Fahrgastunterstände integrierten CLP-Vitrinen (einschließlich ausgelagerter CLP-Vitrinen) ist für die Kampagnenwerbung der Stadt jeweils eine Werbefläche für die Stadt vorzusehen, wobei es sich auch um eine mitlaufende Werbefläche handeln kann. Hier erhält die Stadt zusätzlich vier (4) kostenlose Freikampagnen (jeweils eine Dekade von zehn (10) Tagen) pro Kalenderjahr; die Bewirtschaftung erfolgt im marktüblichen Rhythmus. Die Druckvorlagen stellt die Stadt auf eigene Kosten zur Verfügung. Der Druck und der Aushang erfolgen durch und auf Kosten von SWK bzw. dem Konzessionär. Die Werbeflächen für die Kampagnenwerbung in den CLP-Vitrinen der Fahrgastunterstände (einschl. ausgelagerter CLP-Vitrinen) sind gleichmäßig über das Stadtgebiet zu verteilen. Bei einer Umstellung auf digitale Werbung ist das Recht der Stadt, Eigenwerbung zu betreiben, entsprechend umzusetzen.
- 13.3 In den City-Light-Boards/Mega-Light-Anlagen ist je Werbeträger ganzjährig eine (1) Werbefläche kostenlos für Eigenwerbung der Stadt zur Verfügung zu stellen. Ferner erhält die Stadt vier (4) kostenlose Freikampagnen (jeweils eine Dekade von 10 Tagen) pro Jahr. Druckvorlagen stellt die Stadt auf eigene Kosten zur Verfügung. Der Druck und der Aushang erfolgen durch und auf Kosten von SWK bzw. dem Konzessionär. Bei einer Umstellung auf digitale Werbung ist das Recht der Stadt, Eigenwerbung zu betreiben, entsprechend umzusetzen.
- 13.4 SWK soll mit den zukünftigen Konzessionären vereinbaren, dass der Stadt außerhalb des Vertragsgebietes ein jährliches rabattiertes Volumen für Eigenwerbung zur Verfügung gestellt wird.
- 13.5 Eigenwerbung der Stadt im Sinne dieser Ziff. 13 sind
- Informationen der Stadt und öffentlich-rechtlicher Körperschaften der Stadt für eigene Zwecke;
 - Informationen Dritter im Rahmen von Kooperationen mit der Stadt, wenn die Informationen dem Wohle der Bürgerinnen und Bürger der Stadt oder dem Ansehen der Stadt dienen oder für die Stadt in der Außenwirkung von besonderer Bedeutung sind;
 - Informationen stadtnaher Einrichtungen (z.B. Zoo, KölnTourismus), wenn diese Einrichtungen Mehrheitsbeteiligungen der Stadt sind und der Zweck dieser Einrichtungen nicht kommerziell ist;

- Informationen von Einrichtungen, die im Bereich gesundheitlicher Daseinsvorsorge im Rahmen des Allgemeinwohls agieren (z.B. DKMS, DEFI Köln, Blutspende-Kampagnen der Kliniken der Stadt bzw. Universität zu Köln), welche also aufgrund ihres sozialen, nicht wirtschaftlich ausgerichteten Engagements tätig sind;
- Verkehrszeichen.

Um Eigenwerbung handelt es sich auch, wenn auf den entsprechenden Informationen Sponsorenwerbung enthalten ist: Diese Hinweise dürfen jedoch nicht größer als 10 % der Gesamtwerbefläche des jeweiligen Werbemittels bei einem Sponsor oder Kooperationspartner und insgesamt nicht größer als 15 % der Gesamtwerbefläche des Werbemittels bei mehreren Sponsoren bzw. Kooperationspartnern sein.

Buchungen für Eigenwerbung und Stadtinformationen erfolgen ausschließlich durch eine von der Stadt zu benennende Stelle. Derzeit ist dies das Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

- 13.6 Sofern digitale Werbeträger eingesetzt werden, hat SWK sicher zu stellen bzw. im Falle der Weitergabe der Werberechte an Konzessionäre diese zu verpflichten, dass in Fällen von Großgefährdungen oder großen Schadensereignissen Informationen der Stadt für die Bevölkerung der Stadt kostenfrei für die Dauer derartiger Ereignisse nach den Vorgaben der Stadt wiedergegeben werden.
- 13.7 In den Stadt-Informationsvitrinen gemäß Ziff. 3.1.20 soll ein ausgewogenes Verhältnis von Eigenwerbung und sonstiger Werbung vorherrschen. Ein Austausch der Eigenwerbung erfolgt auf Anforderung der Stadt durch SWK bzw. den Konzessionär bei Bedarf. Die Kosten für Druck und Aushang werden von der Stadt Köln getragen.

14. Kulturwerbung

- 14.1 Zu Zwecken der Werbung für kulturelle Einrichtungen und Veranstaltungen („Kulturwerbung“) in der Stadt stellt SWK sicher, bzw. bemüht sich mit den Konzessionären zu vereinbaren, dass während der Laufzeit des Vertrages Werbeflächen zu vergünstigten Konditionen für Kulturwerbende zur Verfügung gestellt werden.

14.2 Kulturwerbende sind

- a) städtische Einrichtungen,
- b) unmittelbare und mittelbare Mehrheitsbeteiligungen der Stadt sowie
- c) von der Stadt geförderte Einrichtungen.

Die Kulturwerbenden wird die Stadt jeweils bis zum 31.10. eines jeden Jahres für das nächste Kalenderjahr SWK schriftlich mitteilen. Die Vertragsparteien können auf Arbeitsebene eine anderweitige Fristenregelung schriftlich vereinbaren, die den tatsächlichen Bedürfnissen entspricht.

- 14.3 Für die unter Ziff. 14.2 lit. a) und lit. b) bezeichneten Kulturwerbenden soll [REDACTED] auf Werbeträgerarten mit geklebter Werbung und in Klapprahmen zur Verfügung stehen. Die Aushänge sind fest buchbar. Die maximale Größe der so begünstigten Kulturwerbung soll das 4/1-Format nicht überschreiten. Die Druck- und Produktionskosten für die Plakate trägt der jeweilige Kulturwerbende.
- Für die unter Ziff. 14.2 lit. c) bezeichneten Kulturwerbenden sollen 20 % der Werbeflächen im Allgemeinanschlag im Jahr zur festen Buchung zur Verfügung stehen. [REDACTED] Die maximale Größe [REDACTED] Kulturwerbung beträgt DIN A 1. Die Druck- und Produktionskosten für die Plakate trägt der jeweilige Kulturwerbende.
- 14.4 Diese Kulturwerbepreise darf SWK bzw. ein Konzessionär nur einräumen, wenn sich die buchenden Kulturwerbenden gegenüber SWK bzw. dem Konzessionär vertraglich verpflichten, Wildplakatierung zu unterlassen und im Rahmen des Möglichen darauf hinzuwirken, dass für die von ihnen durchgeführten Veranstaltungen keine Wildplakatierung durchgeführt wird.

15. Maßnahmen gegen Wildwerbung

- 15.1 SWK ist verpflichtet bzw. wird im Falle der Weitergabe der Werberechte an Konzessionäre diese verpflichten, gegen Wildwerbung an den Außenflächen von Anlagen wie insbesondere Brücken, Brückenunterführungen, Tunneln, Fußgängerunterführungen, Verkehrsschutzgittern, Mauern, Zäunen und Fassaden, Beleuchtungs- und Spannungsmasten, soweit deren Unterhaltung der Stadt oder SWK obliegt, sowie in Vegetationsbeständen vorzugehen und Wildwerbung zu entfernen. SWK ist verpflichtet, Wildplakatierungen und - soweit dies nicht im Einzelfall unzumutbar ist - deren Verursacher zu ermitteln und die Anlagen zu überwachen und ohne Erlaubnis auf diesen Außenflächen angebrachte Plakate oder Plakatträger schnellstmöglich ohne Vergütung und Kostenerstattung zu beseitigen.
- 15.2 SWK soll gegen solche Wildwerber mit rechtlichen Schritten auf deren eigene Kosten vorgehen, insbesondere durch das Verlangen strafbewehrter Unterlassungserklärungen und ggf. durch Inanspruchnahme der ordentlichen Gerichte (einstweilige Verfügungen, Unterlassungsklagen), wenn es nicht binnen angemessener Zeit gelingt, die Wildwerbung des Wildwerbers mit anderen Mitteln zu unterbinden. In schwerwiegenden Fällen von Wildwerbung sind in jedem Fall rechtliche Maßnahmen einzuleiten. Die Stadt wird SWK ermächtigen, die sich aus dem Eigentum und Besitz der Stadt ergebenden Rechte gegen Wildwerber geltend zu machen. Im Bedarfsfall wird die Stadt gesonderte Ermächtigungen erteilen. Soweit Wildwerber aufgrund der von SWK eingeleiteten Maßnahmen zu Schadensersatz oder Vertragsstrafen verurteilt werden oder solche entrichten, stehen die entsprechenden Beträge SWK zu. Schadensersatz aufgrund Beschädigungen des Eigentums oder des Besitzes der Stadt durch Wildwerber ist jedoch an die Stadt auszukehren. Gerichtskosten- und Anwaltskostenausgleichsansprüche gegen Wildwerber aufgrund solcher Maßnahmen stehen SWK zu.

- 15.3 Im Falle der Weitergabe der Werberechte an Dritte wird sich SWK bemühen, die Aufgaben gem. Ziff. 15.2 auch einem oder mehreren Konzessionären übertragen. Die Stadt wird dann die Konzessionäre ermächtigen, die Rechte der Stadt gegen die Wildwerber geltend zu machen. SWK soll von den Bietern ein Konzept zur Bekämpfung von Wildwerbung einfordern.

16. Genehmigungen und Erlaubnisse

- 16.1 SWK bzw. die Konzessionäre bedürfen für die Errichtung von Werbeträgern öffentlich-rechtlicher Genehmigungen nach der Bauordnung NRW in der jeweils geltenden Fassung und gesonderter Erlaubnisse nach dem StrWG NRW in der jeweils geltenden Fassung. Die Satzung der Stadt Köln über Erlaubnisse und Gebühren für Sondernutzungen an öffentlichen Straßen in ihrer jeweils gültigen Fassung findet insoweit entsprechende Anwendung. Ggf. sind gesonderte Aufgrabungs- und Verkehrsgenehmigungen nach der StVO in der jeweils gültigen Fassung, denkmalschutzrechtliche Genehmigung und sonstige Genehmigungen nach den geltenden Gesetzen, Verordnungen und Satzungen erforderlich. Die Gebühren für erforderliche Genehmigungen und Erlaubnisse werden von der Stadt gesondert erhoben. Die Gebühren werden von SWK bzw. von den Konzessionären direkt an die Stadt entrichtet. Sondernutzungsgebühren werden nicht erhoben.
- 16.2 Die Stadt wird sich bemühen, vollständige Anträge, welche für die Errichtung von Werbeträgern erforderlich sind, im Rahmen des rechtlich möglichen zügig zu prüfen und zu bescheiden. Die Vertragsparteien stimmen darüber überein, dass die zügige Erteilung entsprechender Genehmigungen eine wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Umsetzung der angestrebten Ziele ist.
- 16.3 Werden einzelne Standorte nicht genehmigt, so wird sich die Stadt nach besten Kräften bemühen, beantragte Ersatzstandorte zu genehmigen.
- 16.4 Die SWK hat Anträge der Konzessionäre im Hinblick auf die Einhaltung der Vorgaben für die jeweiligen Werbeträger nach **Anlage 3.2** und die Einhaltung der zulässigen Anzahl von Werbeträgern nach **Anlage 3.1** vorzuprüfen.
- 16.5 Soweit Werbeträger an im Eigentum oder Besitz Dritter stehender Anlagen befestigt werden (z.B. Wechselrahmen an Strom- und Lichtsignalkästen), ist die schriftliche Zustimmung der Eigentümer bzw. Besitzer für die Befestigung erforderlich.

17. Entgelt / Abrechnung

17.1

17.2

17.3

17.4

17.5

17.6

18. Buchführungspflichten und Prüfungsrechte

- 18.1 Die Buchhaltung und Bilanzierung der Einnahmen, Erträge und Aufwendungen der SWK in Bezug auf die unter diesem Vertrag erzielten Umsätze müssen den gesetzlichen Anforderungen entsprechen und die Überprüfung für die Entgeltberechnung nach Ziff. 17 maßgeblichen Umstände jederzeit ermöglichen.
- 18.2 Der Stadt stehen in Bezug auf die Überprüfung der Abrechnung der Entgelte die Rechte zu, welche ihr gesetzlich als Gesellschafterin der SWK und nach dem Gesellschaftsvertrag eingeräumt sind.

19. Dokumentationspflichten

- 19.1 SWK verpflichtet sich, für die vertragsgegenständlichen Werbeträger in elektronischer Form eine Dokumentation zu führen (und die Konzessionäre hierzu zu verpflichten), die die wesentlichen Angaben über die einzelnen Werbeträger und deren Vermarktung enthält, insbesondere
 - 19.1.1 Standorte der einzelnen Werbeträger gemäß Ziff. 3.1.1 (City-Light-Boards/Mega-Lights), 3.1.2 (City-Light-Säulen), 3.1.3 (oberirdische Großflächen), 3.1.4 (unterirdische Großflächen), 3.1.5 (Stadtinformationsanlagen), 3.1.6 (FGU einschl. ausgelagerte CLP-Vitrinen aus Fahrgastunterständen), 3.1.8 (Litfaßsäulen als Allgemeinstellen) und 3.1.19 (Uhrensäulen) jeweils mit Angabe des Werbeträgertyps und als georeferenzierte Daten (Ausnahme: Werbeträger in den U-Bahn-Einrichtungen) und als elektronische Liste (z.B. Excel, für alle Werbeträger, einschl. in U-Bahn-Einrichtungen). Die Standorte der Fahrgastunterstände ohne Werbevorrichtungen sind nur in der elektronischen Liste anzugeben;
 - 19.1.2 Standorte sonstiger Werbeträger mit Angabe des Werbeträgertyps sowie Angabe der Anzahl Werbeflächen als elektronische Liste (z.B. Excel);
 - 19.1.3 je Werbeträger gemäß Ziff. 3.1.1 bis 3.1.9 und 3.1.19 die Ausstattungsmerkmale (z.B. Länge/Breite/Höhe, Beleuchtung, Anzahl Werbeflächen; maximale mögliche Plakatanzahl je Wechslervorrichtung) und Qualitätseinstufung (z.B. G-Wert bzw. dessen Nachfolgewert, Ausnahme: Werbeträger in den U-Bahn-Einrichtungen);
 - 19.1.4 je Werbeträger nach 3.1.1 bis 3.1.9 und 3.1.19 das Aufbaudatum;
 - 19.1.5 Dokumentation der innerhalb des Vertragsgebiets festgestellten Wildwerbung, je Fall mit Angabe des Ortes der Wildwerbung, der Werbeform (z.B. DIN A2-Plakat), des Zeitpunktes der Feststellung, des Werbemotivs (z.B. Veranstaltung), des Auftraggebers (z.B. Veranstalter), des ausführenden Wildwerbers sowie der durchgeführten Maßnahmen zur Bekämpfung der Wildwerbung und gegen Wildwerber erfolgreich für die Stadt geltend gemachte Schadensbeträge.

- 19.2 Die Stadt erhält jeweils zum 31. März des Folgejahres die vollständige Dokumentation bezogen auf das vorherige Kalenderjahr (die Bestandsdaten bezogen auf den 31. Dezember.) Auszüge der Dokumentation sind der Stadt in übersichtlicher und nachvollziehbarer Form auf Anforderung zur Verfügung zu stellen, soweit diese pflichtgemäß von den Konzessionären vorgelegt werden. Die Übergabe der Dokumentation an die Stadt erfolgt elektronisch in auswert- und weiterverarbeitbarer Form (z.B. Excel) bzw., soweit nach Ziff. 19.1.1 geschuldet, auch als georeferenzierte Daten.

20. Haftung

- 20.1 SWK hält die Stadt, soweit sie selbst Werbeträger betreibt, von allen Ansprüchen Dritter frei, die aufgrund des Inhaltes der Werbung an den Werbeträgern geltend gemacht werden, soweit nicht die Stadt den jeweiligen Inhalt der Werbung zu vertreten hat (z. B. bei Eigenwerbung). Im Falle der Weitergabe der Werberechte an Konzessionäre hat sie diese entsprechend zu verpflichten.
- 20.2 Die Werbeträger und der Betrieb der Werbeträger sind im üblichen Umfang zu versichern (z.B. Betriebshaftpflichtversicherung).
- 20.3 Die Stadt haftet nicht für die Eignung von Standorten für Werbeträger, Anzahl von Werbeflächen oder für die Erzielung eines bestimmten Umsatzes mit einzelnen oder allen Werbeträgern und Werbeflächen unter diesem Vertrag.

21. Laufzeit

- 21.1 Dieser Vertrag hat eine feste Laufzeit von 15 Jahren, gerechnet ab dem 1. Januar 2015, 0:00 Uhr („Stichtag“).
- 21.2 Die Verpflichtungen, welche SWK durch diesen Vertrag für die Ausschreibung von Werbekonzessionen auferlegt werden, gelten bereits vor dem Stichtag für Ausschreibungen (Bieterverfahren). Das gleiche gilt für die Verpflichtungen und Obliegenheiten, welche die Stadt nach dem Zweck dieses Vertrags bereits vor dem Stichtag zu erfüllen hat.

22. Außerordentliche Kündigung

- 22.1 Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.
- 22.2 Die Stadt kann diesen Vertrag aus wichtigem Grund insbesondere kündigen, wenn

- 22.2.1 SWK wesentliche Bestimmungen dieses Vertrages verletzt und die Verletzung trotz zweier schriftlichen Mahnung unter angemessener Fristsetzung nicht fristgerecht beseitigt;
 - 22.2.2 über SWK ein Insolvenzverfahren oder Vergleichsverfahren eröffnet wird;
 - 22.2.3 die Mehrheit der Geschäftsanteile der SWK an einen Dritten übergeht, welcher nicht mit der Stadt nach § 15 AktG verbunden ist.
- 22.3 SWK kann diesen Vertrag außerordentlich kündigen, wenn die Stadt trotz mindestens zweimaliger Aufforderung mit Fristsetzung wesentliche Mitwirkungspflichten oder –Obliegenheiten verletzt.
- 22.4 Die Kündigung bedarf der Schriftform (elektronische Form ausgeschlossen).

23. Übertragung von Konzessionsverträgen

- 23.1 Auf Verlangen der Stadt sind Konzessionsverträge, welche SWK mit Konzessionären abschließt, auf die Stadt zu übertragen. SWK wird sich bemühen, mit den Konzessionären eine Vereinbarung abzuschließen, nach der die Übertragung auf die Stadt auf deren Verlangen nicht der Zustimmung der Konzessionäre bedarf.
- 23.2 SWK ist berechtigt, Konzessionsverträge, welche sie mit Konzessionären abschließt, ganz oder teilweise auf einen Konzessionär nach Ziff. 5.5 ohne Zustimmung der Stadt zu übertragen.

24. Geheimhaltung, Vertraulichkeit

Vorbehaltlich einer anderweitigen gesetzlichen Verpflichtung werden die Vertragsparteien Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse, die Ihnen im Zusammenhang mit diesem Vertrag anvertraut oder bekannt geworden sind, geheim halten und vertraulich behandeln, nicht an Dritte weitergeben, ausschließlich zur Durchführung dieses Vertrags verwenden und auch nach Beendigung dieses Vertrags weder für sich noch für andere verwerten.

25. Streitbeilegung

Im Falle von Streitigkeiten aus und im Zusammenhang mit diesem Vertrag werden sich die Parteien bemühen, eine einvernehmliche Einigung herbeizuführen. Ggf. werden sich die Spitzen der Vertragsbeteiligten (Leiter/in des zuständigen Dezernats auf Seiten der Stadt, Geschäftsführung auf Seiten der SWK) um eine Einigung bemühen.

26. Ergänzende Regelungen, Rangfolge

Soweit in den Anlagen nebst Anhängen zusätzliche Verpflichtungen oder Konkretisierungen der Bestimmungen dieses Vertrages enthalten sind, gelten diese ergänzend. Im Falle von Widersprüchen zwischen diesem Vertrag und seinen Anlagen gehen jedoch die Bestimmungen dieses Vertrages vor.

27. Schlussbestimmungen

- 27.1 Auf diesen Vertrag und alle Ansprüche aus und im Zusammenhang mit diesen gilt das deutsche Recht. Ausschließlicher Gerichtsstand für alle Ansprüche aus und im Zusammenhang mit diesem Vertrag ist Köln.
- 27.2 Erfüllungsort ist Köln.
- 27.3 Änderungen und Ergänzungen und eine Aufhebung dieses Vertrages sowie Kündigungserklärungen bedürfen der Schriftform (elektronische Form ausgeschlossen). Dies gilt auch für die Änderung dieser Schriftformklausel.
- 27.4 Die Unwirksamkeit oder Undurchsetzbarkeit einer oder mehrerer Bestimmungen dieses Vertrages, einschließlich der in Ziff. 21.1 bestimmten Laufzeit, berührt die Wirksamkeit dieses Vertrages im Übrigen nicht. Im Fall der Unwirksamkeit der Laufzeit gilt die höchstzulässige Laufzeit, wobei für beide Vertragsparteien § 60 VwVfG NRW (Störung der Geschäftsgrundlage) im Übrigen nur Anwendung findet, wenn sich die Laufzeit dieses Vertrages um mehr als 18 Monate verkürzt. Anstelle unwirksamer oder undurchsetzbarer Bestimmungen werden die Parteien im Übrigen Bestimmungen vereinbaren, die der unwirksamen oder undurchsetzbaren Bestimmung wirtschaftlich am nächsten kommen. Gleiches gilt im Falle einer unbeabsichtigten Vertragslücke.
- 27.5 Benachrichtigungen, einschließlich Kündigungen, sind jeweils zu richten an:
- SWK: Stadtwerke Köln GmbH, SWK 40, Parkgürtel 24, 50823 Köln;
- die Stadt: Stadt Köln, Bauverwaltungsamt, Willy-Brandt-Platz 2, 50679 Köln.

Jede Vertragspartei kann durch schriftliche Mitteilung an die andere Vertragspartei eine andere hierfür zuständige Stelle benennen.

Köln, den 03.07.2013

Stadt Köln
Der Oberbürgermeister



Köln, den 29.7.2013

Stadtwerke Köln GmbH:

