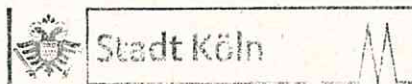


14
141/3



06.05.2015
Frau Heintz
R. 23507

Eingang 07. Mai 2015

Amt für Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

gr | Sch

2/15

13

Bedarfsprüfung zur Herstellung von Großplakaten, Einleitung eines Vergabeverfahrens zum Abschluss einer Rahmenvereinbarung

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit Schreiben vom 21.04.2015 macht -13- den Bedarf für den Abschluss einer neuen Rahmenvereinbarung zur Herstellung von Großplakaten geltend mit der nach VOL maximal zulässigen Laufzeit von vier Jahren, bis zum 30.09.2019. Der ursprüngliche Rahmenvertrag läuft zum 30.09.2015 aus.

Dem Ergebnis Ihrer Bedarfsprüfung schließe ich mich unter AZ 141/39/01/15 an. Als zugewiesene Aufgabe steuert und koordiniert -13- die Durchführung von Stadtinformationskampagnen in den Stadtinformationsanlagen. Der Bedarf, die vielfältigen Aktionen und Informationen an die Bürger, Einwohner und Besucher der Stadt Köln über diese Werbeflächen zu publizieren, ist nachvollziehbar und informiert über wichtige Themen der Daseinsvorsorge. Mit dem geplanten Abschluss einer Rahmenvereinbarung statt eines Rahmenvertrages wird das Risiko einer verbindlichen Abnahme- und Zahlungsverpflichtung minimiert.

Der mit Wirkung zum 01.01.2015 neu geschlossene Werbenutzungsvertrag zwischen der Stadt Köln und den Stadtwerken regelt die Nutzung der 520 City Plakatflächen und bis zu 200 Mega Light Flächen. Die Anzahl der prognostizierten jährlichen Kampagnen (80 City und 54 Mega Flächen Kampagnen) und die Höhe der Druckkosten sind auf dem Niveau 2014 kalkuliert, mit einem Jahresvolumen von 200.000 EUR.

Am Gesamtkostenvolumen sind Kampagnen der originären Verwaltung Stadt Köln zu 36,69% beteiligt. Weitere 39,62% entfallen auf Stadtinformationskampagnen für Kultureinrichtungen der Stadt (Museen, Schauspiel, Oper, Gürzenich, als Betriebe gewerblicher Art). Die Kosten dieser Kampagnen werden jeweils aus dem Budget der beauftragenden Organisationseinheit/Betrieb gedeckt. Die unter Beteiligung von Dritten- Externen (städtische Beteiligungsgesellschaften) durchzuführenden Kampagnen werden auf einen Kostenanteil von 23,69 % veranschlagt.

Bei den von Dritten finanzierten Druckaufträgen handelt es sich überwiegend um Kampagnen aus dem Bereich der gesundheitlichen, kulturellen und sozialen Daseinsvorsorge (Blutspende für die Kliniken, Zoo, SK Stiftung Kultur, Alzheimer Forum, Freie Kulturszene). Die Kooperationen mit den Beteiligungsgesellschaften der Stadt Köln greifen dabei stadtnahe Themen auf. Fälle von klassischen externen Dritten, außerhalb von städtischen Beteiligungsgesellschaften und Betrieben gewerblicher Art sind möglich in Zusammenarbeit mit der Stadt Köln (z.B. Deutscher Fußballbund und -52- Sportamt). Eine Kampagne, durchgeführt für ein gänzlich externes Anliegen eines Dritten, liegt nicht im Auftragsbereich von -13-.

Die gemeinsamen Kampagnen mit Dritten sind zum jetzigen Zeitpunkt in Art, Häufigkeit und Ausgestaltung der Kooperation im Vorfeld nicht eindeutig bestimmbar. Im Falle einer Zusammenarbeit mit Dritten, bei denen es zu Sponsorenleistungen oder anderen externen Fördererleistungen kommt, sind die Kooperations-/Vertragspartner auf die Einhaltung der Allgemeinen Rahmenbedingungen für Sponsor Leistungen im Bereich der Stadtverwaltung Köln zu verpflichten. Die grundsätzliche Bedarfsanerkennung zur Herstellung von Großpla-

katen für die 80 City Flächen- und 54 Mega Flächenkampagnen befreit die Beteiligten nicht von der Verpflichtung, im Rahmen einer sparsamen Haushaltsbewirtschaftung die Notwendigkeit jeder einzelnen Kampagne zu prüfen. Auf die Bestimmungen der vorläufigen Haushaltsführung bis zum Inkrafttreten der Haushaltssatzung 2015 möchte ich an dieser Stelle hinweisen, auch wenn die neue Rahmenvereinbarung erst ab 01.10. 2015 zum Tragen kommt.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'J. Ullrich', written in a cursive style.