



22. Oktober 2011

110065PML\_BUNT

## Erz für Moratorium bei der Werberechtsvergabe

*Bürgermeister-Kandidat Matthias Erz wendet sich gegen die vom Bürgermeister vorgeschlagene Konzessionsvergabe für Werberechte an eine Berliner Firma*

***Matthias Erz, Kandidat für die Lübecker Bürgermeisterwahlen am 6. und 20. November 2011, schlägt ein Moratorium bei der Vergabe von Werberechten auf dem Gebiet der Hansestadt Lübeck vor. „Das Verfahren ist nicht optimal gelaufen und es bleibt der Eindruck, dass hinter den Kulissen ein bestimmter Bewerber von vorne herein feststand“, kritisiert Erz den Verwaltungschef Bernd Saxe. „Das Verfahren muss jetzt unbedingt transparent gemacht werden und gegebenenfalls wiederholt werden, wenn Lübeck kein schwerer Schaden entstehen soll.“***

Für Erz hat die Tatsache, dass eine bestimmte Berliner Firma den Zuschlag bei der europaweiten Ausschreibung bekommen soll, einen unguuten Beigeschmack. Denn genau diese Firma war es gewesen, die Lübeck vor drei Jahren zum Gespött ganz Deutschlands gemacht hatte, indem sie der Hansestadt die „teuersten Klohäuschen der Welt“ lieferte. Für eine direkt am Rathaus auf dem Markt installierte vollautomatische WC-Anlage mit zwei Sitzen forderten und erhielten die Berliner eine Monatsmiete von rund 11.000 Euro. Trotz einer Gebühr von 50 Cent geriet somit jeder Toilettengang für die Hansestadt zu einem Minusgeschäft. Bei jedem Spülgang flossen gleich drei städtische Euros in die Kanalisation – im Jahr insgesamt rund 130.000 Euro. „Gleichzeitig schloss der Bürgermeister das beliebte und qualitativ hochwertige Kommunale Kino wegen noch nicht einmal 80.000 Euro im Jahr“, zürnt Erz. Diese merkwürdige Entscheidung des Bürgermeisters offenbare eine „unterirdische Prioritätensetzung“ des Rathauschefs, der dringend aufs Altenteil befördert werden müsse.

Nachdem die Wählerinitiative Lübecker BUNT, für die Erz zu den Bürgermeisterwahlen antritt, auf diesen Skandal aufmerksam gemacht hatte, griff auch der „Bund der Steuerzahler“ dieses Thema auf und bescherte Lübeck eine bundesweite, unschöne Aufmerksamkeit. „Luxusklos und Marzipan“ überschrieb eine Zeitung ihr Lübecker Stadtporträt. „Wie gerne hätten auch wir da mal gelacht!“ sagt Erz. „Wenn wir aber heute aus der Verwaltung hören, dass der zuständige Bausenator bei den Präsentationen der Mitbewerber um die Werbekonzession völlig abwesend wirkte und sogar eingeschlafen sein soll, dann haben wir den Verdacht, dass ein echter Wettbewerb um die lukrativen Werberechte nicht stattgefunden hat“,

so Erz. Dazu passe auch, dass als Berater bei der europaweiten Ausschreibung und Bewertung der Angebote ein ehemaliger Mitarbeiter jener Berliner Firma fungierte. Diese Vorgänge und viele weitere - noch nicht genannte - Kritikpunkte genügten, um ein Aussetzen des Verfahrens und eine mindestens einjährige Bedenkpause einzulegen. Nötigenfalls müssen wir eine Neuausschreibung mit klarer Kriterienvorgabe und Leistungsabforderung vornehmen und diese in andere Hände legen, auch um Korruptionsvorwürfen den (Franz-Peter) Boden zu entziehen.

Hintergrund: Die Konzession für Werbeanlagen auf öffentlichen Flächen muss regelmäßig neu ausgeschrieben werden. Der Konzessionsnehmer, der in einem europaweiten Ausschreibungsverfahren ermittelt werden muss, erhält das alleinige Recht, Werbeflächen im gesamten Stadtgebiet, beispielsweise an Buswartehäuschen, Litfaßsäulen, großflächigen Tafeln und sonstigen Werbeeinrichtungen anzubringen und zu vermarkten. Im Gegenzug zahlt er eine Konzessionsabgabe – meist in erheblicher Höhe - und/oder erspart der vergebenden Stadt wichtige Ausgaben, z.B. durch Betrieb von Toilettenhäuschen oder durch ein Fahrrad-Mietsystem oder bestimmte Stadtmöbel (Bänke, Stühle, Brunnen etc). Außerdem kommen je nach Vertrag städtische Einrichtungen und Betriebe zu kostengünstigen oder gar kostenlosen Werbemöglichkeiten. *[textende]*

Weitere Informationen über den Lübecker BUNT: <http://www.luebeckerbunt.de>