

Gestattungsvertrag
Über die Werbung im Format 4/1 an Stadtinformationsanlagen und
Fahrgastunterständen auf Staatsgrund der Freien und Hansestadt
Hamburg

zwischen

Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, Stadt-
hausbrücke 8, 20355 Hamburg

- nachfolgend „Hamburg“ genannt -

und

der Firma JCDecaux Deutschland GmbH, Grusonstr. 46, 22113 Hamburg

- nachfolgend „JCDecaux“ genannt -

- Hamburg und JCDecaux gemeinsam „Parteien“ genannt -

1. Gegenstand des Vertrages

- 1.1. Mit diesem Vertrag überträgt Hamburg JCDecaux das ausschließliche Recht und die Pflicht zur Errichtung, zum Betrieb und zur vertragsgemäßen Nutzung von Stadtinformationsanlagen und Fahrgastunterständen (zusammen „Anlagen“) auf Staatsgrund auf eigene Kosten, eigenes Risiko und eigene Verantwortung nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen.
- 1.2. Das Recht nach Nr. 1.1 umfasst folgende Flächen nicht:
 - 1.2.1. Flächen, die von Hamburg im Wege des Erbbaurechts vergeben wurden oder werden;
 - 1.2.2. Flächen, die von Hamburg an Dritte auf Grund eines dauerhaften Vertragsverhältnisses zur Nutzung und Unterhaltung auf eigene Kosten überlassen wurden oder werden;
 - 1.2.3. Flächen auf Anlagen der Gesellschaften des öffentlichen Personenverkehrs; über die Abgrenzung dieser Flächen wird eine gesonderte Vereinbarung mit dem Inhaber der Werberechte für diese Flächen geschlossen.

- 1.3. Das Recht nach Nr. 1.1 umfasst folgende Formen der Werbung nicht:**
- 1.3.1. Werbung in anderen Formaten als 4/1, die Gegenstand von anderen Werberechtsverträgen oder Genehmigungen im Einzelfall sein können;
 - 1.3.2. Werbung in oder an öffentlichen Verkehrsmitteln und auf Flächen, des Bahn, S- und U-Bahnverkehrs, die Gegenstand besonderer Werberechtsverträge sind;
 - 1.3.3. Werbeträger oder -medien, die zur politischen Werbung oder Wahlwerbung nach Maßgabe der hierfür erlassenen Verwaltungsregelungen zugelassen werden;
 - 1.3.4. Werbung, die von Hamburg zur Standortwerbung für Hamburg zugelassen wird;
 - 1.3.5. Vorübergehende Werbung aus Anlass im Rahmen von und im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit einzelnen Veranstaltungen insbesondere sportlicher oder kultureller Art, auch wenn sie sich jährlich oder in anderen Zeitabständen wiederholen, wenn die Werbemöglichkeiten von den jeweiligen Veranstaltern geschaffen werden.
- 1.4. Richtet sich Werbung auf Flächen des Staatsgrundes, die für wissenschaftliche, kulturelle, schulische oder sportliche Zwecke genutzt werden, nur an die Besucher der jeweiligen Einrichtungen (z.B. Bänderwerbung auf Sportplätzen, Werbung auf Hochschulgeländen), wird sie nicht vom Recht nach Nr. 1.1 umfasst. Das Recht nach Nr. 1.1 umfasst jedoch Werbung auf Flächen nach Satz 1, die sich an die allgemeine Öffentlichkeit außerhalb der Einrichtungen richtet, soweit neben der im Einzelfall erforderlichen Genehmigung auch der jeweilige Nutzer der Fläche der Werbung zustimmt. Bietet ein Nutzer einer Fläche nach Satz 1 JCDecaux an, eine Werbeanlage, die sich an die allgemeine Öffentlichkeit richtet, zu errichten und nimmt JCDecaux dieses Angebot nicht binnen 4 Wochen nach Zugang an, ist der Nutzer der Fläche nach Satz 1 berechtigt, die Anlage selbst oder durch Dritte zu errichten und zu nutzen. Die Beteiligung des Nutzers der Fläche an den finanziellen Erträgen der Werbung richtet sich nach Nr. 15.10.

2. Begriffe

- 2.1. **Anlagen** im Sinne dieses Vertrages sind Stadtinformationsanlagen und Fahrgastunterstände einschließlich der mit ihnen verbundenen Einrichtungen und Ausstattungsmerkmale sowie Spritz- und Windschutzwände an Bushaltestellen.
- 2.2. Eine **Stadtinformationsanlage (StA)** ist eine Werbewitrine, die über eine oder zwei Ansichtsflächen (je eine auf der Vorder- und Rückseite) im Format 4/1 für hinterleuchtete Plakate (1.185 x 1.750 mm beschnittenes Bogenmaß mit einer Abweichung von bis zu 10 %) verfügt. Eine Stadtinformationsanlage kann auf

eigenem Fuß errichtet, an einer anderen baulichen Anlage angebracht oder in einen Fahrgastunterstand integriert werden. Sie kann beidseitig mit integrierten Plakatwechselanlagen und mit weiteren Ausstattungsmerkmalen versehen sein. SIA werden für Werbung oder für Stadlinformation genutzt.

- 2.3 Ein Fahrgastunterstand (FGU) ist eine Einrichtung zum Schutz und zur Information der an Haltestellen des Buslinienverkehrs wartenden Fahrgäste.
- 2.4 Staatsgrund im Sinne dieses Vertrages sind alle Flächen auf Hamburger Staatsgebiet außerhalb von Gebäuden, die im öffentlichen oder privaten Eigentum Hamburgs stehen. Nicht zum Staatsgrund in diesem Sinne zählen diejenigen Flächen, die im Eigentum von juristischen Personen des öffentlichen oder des privaten Rechts stehen, an denen Hamburg beteiligt ist.
- 2.5 Errichtung ist die erstmalige oder ersatzweise Aufstellung einer Anlage.
- 2.6 Betrieb ist die laufende Unterhaltung, Instandsetzung und Reinigung der Anlagen sowie ihre Versorgung mit Energie und Betriebsmitteln. Der Betrieb umfasst auch die Reinigung der FGU in dem in diesem Vertrag und den Anhängen geregelten Umfang.
- 2.7 Vertragsgemäße Nutzung ist die Vermarktung der Werbeflächen in SIA und FGU für Werbung Dritter und Werbung Hamburgs und Eigenwerbung von JCDecaux und anderer Unternehmen der Gruppe, zu der JCDecaux gehört.
- 2.8 Suchtmittel sind neben Betäubungsmitteln nach dem BtMG auch Tabakprodukte und Alkohol.
3. Anzahl und Standorte von Anlagen
- 3.1 Die Standorte, an denen SIA außerhalb von FGU aufgestellt werden, ergeben sich aus dem Verzeichnis gemäß Anhang 1. Bei Vertragsabschluss ist die Aufstellung von 350 SIA außerhalb von FGU vorgesehen.
- 3.2 Die Standorte, an denen FGU aufgestellt werden, ergeben sich aus dem Verzeichnis gemäß Anhang 2. Bei Vertragsabschluss ist die Aufstellung von 2150 FGU mit insgesamt 1600 SIA vorgesehen.
- 3.3 Die Anzahl der Anlagen kann mit vorheriger Zustimmung Hamburgs verändert werden. Ebenfalls der vorherigen Zustimmung Hamburgs unterliegt die wesentliche Veränderung bisheriger Anlagen (z.B. die Ausstattung mit weiteren oder anderen Wechslern oder die Verwendung neuer Werbemedien an vorhandenen Anlagen, z.B. elektronische Einrichtungen). Ein Rechtsanspruch auf eine Zustimmung besteht nicht. Bei der Errichtung weiterer SIA oder Zusatzeinrichtungen hat JCDecaux darauf zu achten, dass ein möglichst hoher Ertrag bei einer möglichst geringen Anzahl von Werbeträgern erwirtschaftet wird.

- 3). Entfallen Anlagen mit Werbeträgern, weil das Eigentum oder das sonstige Verfügungerecht Hamburgs am Staatsgrund an einen Dritten übergeht, so wird sich Hamburg um Ersatzstandorte bemühen; ein Anspruch hierauf besteht nicht. Verringert sich die Zahl der Werbeträger während der Laufzeit dieses Vertrages um mehr als 5 %, so werden die Parteien über eine angemessene Anpassung von Entgelten gemäß Nr. 15 verhandeln.

4. Gestaltung und Ausstattung der Anlagen

- 4.1. Sofern zwischen JCDecaux und Hamburg nichts anderes schriftlich vereinbart wird, kommen SIA aus der Modellreihe Forum und FGU aus der Modellreihe Foster I wie in Anhang 3 und 4 beschrieben zum Einsatz. Hamburg hat das Recht, ohne Veränderung der Gegenleistung in besonderen städtebaulichen Situationen die Lieferung von Modellen anderer Designlinien aus der Serienproduktion der JCDecaux zu verlangen, jedoch nicht mehr als 15% der Anlagen.
- 4.2. Die Anlagen müssen mit den sich aus den Anhängen 3 und 4 ergebenden Merkmalen versehen sein. Insbesondere müssen sie zur Aufnahme von DFI-Anzeigetafeln der Verkehrsbetriebe vorbereitet sein. Darüber hinausgehende technische und gestalterische Einzelheiten werden die Parteien rechtzeitig festlegen. JCDecaux hat während der Laufzeit des Vertrages die Anlagen ohne weitere Kosten und Gegenleistungen Hamburgs an den Stand der Technik anzupassen, es sei denn, die Anpassung ist für JCDecaux wirtschaftlich unzumutbar. Hamburg kann den Einbau zusätzlicher Ausstattungsmerkmale und für JCDecaux wirtschaftlich unzumutbare Anpassungen an den Stand der Technik gegen angemessene und einvernehmlich zu vereinbarende Anpassung von Entgelten gem. Nr. 15 verlangen. Hierzu zählt beispielsweise auch die nachträgliche Ausrüstung von Anlagen zur Übermittlung von Verkehrs- oder Fahrgastinformationen.

5. Aufstellpflicht für Fahrgastunterstände

- 5.1. JCDecaux verpflichtet sich, sämtliche der bis zum Stichtag genehmigten FGU unverzüglich, spätestens jedoch bis zum 30.06.2010, zu errichten und während der Vertragslaufzeit zu betreiben. Bei Bedarf wird JCDecaux nach Aufforderung durch Hamburg und in Absprache mit der Hamburger Hochbahn AG weitere FGU, die in der Regel mit SIA versehen werden können, errichten. Ein Rechtsanspruch der JCDecaux auf die Errichtung von FGU mit SIA besteht nicht.
- 5.2. Die bislang bestehenden Anlagen stehen im Eigentum von JCDecaux. JCDecaux ist gemäß dem bisherigen Gestattungsvertrag zwischen JCDecaux und Hamburg verpflichtet, die bestehenden Anlagen mit Beendigung dieses genannten Vertrages abzubauen.
- 5.3. JCDecaux übernimmt die vorhandenen Spritz- und Windschutzwände im bisherigen Umfang. Darüber hinaus verpflichtet JCDecaux sich, binnen der Frist

nach Nr. 5.1 an bis zu 50 weiteren Bushaltestellen auf Busreisen und in Mittellage weitere Spritz- und Windschutzwände von jeweils ca. 30 m Länge zu errichten. Die genauen Standorte werden durch die Hamburger Hochbahn AG bestimmt.

6. Allgemeine Anforderungen an die Errichtung von Anlagen

- 6.1. Durch die Errichtung werden die Anlagen nur vorübergehend mit dem Staatsgrund verbunden; der Eigentumsübergang auf Hamburg richtet sich allein nach Nr. 26.1.
- 6.2. JCDecaux hat die Anlagen so zu errichten, dass sie den Anforderungen der Sicherheit und Ordnung, den Grundsätzen der Verkehrssicherheit und den anerkannten Regeln der Technik entsprechen. SIA an FGU sind an der dem heranahenden Bus abgewandten Seite anzubringen. An einem FGU darf höchstens eine SIA angebracht werden; an einem Doppel-FGU (Mindestbreite 8m) sind auch zwei SIA zulässig.
- 6.3. Durch das Aufstellen von Anlagen dürfen Einrichtungen und Sachen nicht beschädigt werden. Die erforderlichen Eingriffe in Einrichtungen und Sachen Dritter sind von JCDecaux in eigener Verantwortung direkt mit den Berechtigten zu regeln. Gegebenenfalls entstehende Kosten sind von JCDecaux zu tragen und direkt an die Dritten zu zahlen.
- 6.4. Soweit die Zustimmung Dritter zur Aufstellung von Anlagen erforderlich ist, oder Dritten ein Recht zusteht, der Aufstellung von Anlagen zu widersprechen, hat JCDecaux schriftliche Zustimmungserklärungen dieser Dritten darüber einzuholen, dass gegen das Aufstellen von Anlagen keine Bedenken bestehen. JCDecaux hat diese Erklärungen dem Bauamt des jeweiligen Bezirksamtes vor der Errichtung der Werbeträger vorzulegen.
- 6.5. Die Bauarbeiten sind so durchzuführen, dass die Sicherheit des Verkehrs nicht und seine Leichtigkeit nur in geringstem möglichem Umfang beeinträchtigt werden. JCDecaux hat alle zum Schutz der öffentlichen Wege und des Straßenverkehrs erforderlichen Vorkehrungen zu treffen, insbesondere die Baustellen gemäß den Auflagen der Straßenverkehrsbehörde abzusperren und zu kennzeichnen. Anweisungen der zuständigen Behörden sind zu beachten. Vor Beginn von Bau- und Unterhaltungsarbeiten, bei denen in den Wegekörper eingegriffen werden muss, ist beim Bauamt des jeweils zuständigen Bezirksamtes eine gebührenpflichtige Aufgrabeerlaubnis gemäß § 22 Hamburgisches Wegesgesetz (HWG) einzuholen. Bedingungen und Auflagen der Aufgrabeerlaubnis sind von JCDecaux und ihren Beauftragten zu beachten.
- 6.6. Durch Bauarbeiten dürfen Zugänge zu den angrenzenden Grundstücken sowie der Anliegerverkehr nicht beschränkt werden. Die Anlieger bzw. Nutzer der

betroffenen Grundstücke sind rechtzeitig vor Baubeginn in angemessener Form zu unterrichten.

6.7. Aufgegrabene Wegeflächen (Nebenflächen) sind durch JCDecaux unverzüglich sach- und fachgerecht unter Beachtung des technischen Regelwerkes wiederherzustellen. Mängel sind von JCDecaux innerhalb einer ihr gesetzten angemessenen Frist auf eigene Kosten nachzubessern. Hamburg ist über die Durchführung der Nachbesserung zu informieren. Im Falle des Verzuges ist Hamburg berechtigt, die Mängel auf Kosten von JCDecaux beseitigen zu lassen. Bei wesentlichen Mängeln findet nach deren Beseitigung eine Abnahmebesichtigung statt.

6.8. Für die Inanspruchnahme öffentlicher Wegeflächen durch Lagerung von Baumaterialien usw. während der Bau- und späteren Unterhaltungsarbeiten hat JCDecaux eine Sondernutzungs Erlaubnis einzuholen (§ 19 Abs. 1 HWG). Die hierfür anfallenden Benutzungsgebühren sind nach Maßgabe der jeweils geltenden Gebührenordnung von JCDecaux zu tragen. Darunter fällt nicht die kurzfristige Inanspruchnahme von Wegeflächen durch eine für die Aufgrabung erforderliche Baustelleneinrichtung und das vorübergehende Lagern von Bodenaushub.

7. Öffentlich-rechtliche Erlaubnisse

7.1. Durch Abschluss dieses Vertrages werden die Genehmigungen und Erlaubnisse nach dem Hamburgischen Wegegesetz für die in Anhang 1 und 2 verzeichneten Anlagen erteilt. Genehmigte Anlagen in diesem Sinn sind auch nach Vertragsbeginn errichtete, neue typengeprüfte Anlagen am bisherigen Standort. Weitere Erlaubnisse und Genehmigungen sind mit Ausnahme der gebührenpflichtigen Aufgrabeerlaubnisse gemäß Nr. 6.5 Satz 3 nicht erforderlich.

7.2. Hamburg wird bis zum Stichtag gem. Nr. 24.2 auch für andere Anlagen an bisherigen Standorten oder für zusätzliche Anlagen an neuen Standorten die erforderlichen Genehmigungen erteilen, sofern JCDecaux hierfür bis zum 31.08.2008, entsprechende Vorschläge zur Optimierung vorlegt und die Genehmigungsvoraussetzungen erfüllt sind. Ein Anspruch auf die Genehmigung bestimmter Standorte besteht nicht.

7.3. An neuen oder zusätzlichen Standorten, die nicht gemäß Nm. 7.1 oder 7.2 genehmigt sind, bedürfen die Errichtung oder der Betrieb von Anlagen eines gesonderten Genehmigungsverfahrens im Einzelfall nach den jeweils einschlägigen Rechtsvorschriften - insbesondere über die Sondernutzung öffentlicher Wege nach dem HWG bzw. für Werbeanlagen nach der Hamburgischen Bauordnung - bei den zuständigen Behörden. Über die Erteilung der Genehmigung entscheidet das jeweils zuständige Bezirksamt. Die Notwendigkeit, eine Zustimmung Hamburgs nach Nr. 3.3 dieses Vertrages einzuholen, bleibt unberührt.

74. Mit dem Antrag gem. Nm. 7.2 und 7.3 hat JCDecaux insbesondere folgende Antragsunterlagen einzureichen:

7.4.1. Auszug aus dem darstellenden Teil des Flächenbezogenen Informationssystems (FIS im Maßstab 1:1.000), in den der beabsichtigte Standort der Werbeanlage eingetragen ist;

7.4.2. Fotomontage, auf der der genaue Standort der Anlagen wiedergegeben ist;

75. Der genaue Aufstellungsort der Anlagen ist jeweils in Einvernehmen mit dem zuständigen Bezirksamt aufgrund der in Nr. 7.4 bezeichneten Unterlagen festzulegen.

76. Im Einzelfall kann die Zustimmung zur Errichtung der Anlagen aus Gründen der Stadtbildgestaltung oder sonstigen, z.B. verkehrlichen, Gründen versagt werden.

77. Alle Genehmigungen werden auf die Laufzeit des Vertrages befristet erteilt.

78. JCDecaux hat keinen Anspruch auf die Genehmigung zusätzlicher Standorte.

8. Betrieb von Anlagen

8.1. JCDecaux hat die Anlagen während der Vertragslaufzeit in einem verkehrssicheren Zustand zu halten und gemäß den nachfolgenden Anforderungen zu betreiben:

8.2. JCDecaux hält die Anlagen in einem höchsten Anforderungen genügenden Sauberkeitszustand. Die regelmäßige Reinigung der Anlagen erfolgt in bedarfsgerechten Abständen, mindestens jedoch einmal wöchentlich. Die Reinigungsverpflichtung hinsichtlich der FGU erstreckt sich auch auf die Fläche unterhalb des FGU und schließt den erforderlichen Winterdienst auf dieser Fläche ein. Die Reinigungspflicht erstreckt sich auch auf die Spritz- und Windschutzwände nach Nr. 5.3. Zur Reinigung dürfen nur umweltfreundliche Reinigungsmittel verwendet werden, die das deutsche oder das europäische Umweltsiegel haben. Reinigungsmittel und das aufgrund der Reinigung entstehende Abwasser dürfen nicht über die Oberfläche abgeleitet oder in das Grundwasser eingebracht werden. Dies gilt nicht für reinigungs- und lösungsmittelfreies Abwasser.

8.3. Beschädigte, auch zerkratzte, beklebte, besprühte, bemalte oder auf andere Weise verschmutzte Anlagen sind von JCDecaux unverzüglich nach Bekanntwerden, spätestens an dem darauf folgenden Werktag zu ersetzen, oder instand zu setzen bzw. zu reinigen. Erforderliche Sicherungsmaßnahmen sind sofort durchzuführen. Das Nähere regelt das Qualitätssicherungssystem gem. Nr. 14.

8.4. Schäden am Wegekörper, die sich aus Errichtung, Betrieb und Nutzung ergeben, werden von Hamburg auf Kosten von JCDecaux beseitigt.

2 Folge- und Duldungspflichten; Schutz der Anlagen

- 9.1. JCDecaux hat Einwirkungen zu dulden, die sich bei Erfüllung der Aufgaben der Wegebaulast und aus dem Straßenverkehr ergeben, und nimmt eventuell hieraus entstehende Nachteile entschädigungslos hin. Etwas Ansprüche von JCDecaux gegen Dritte bleiben hiervon unberührt. Im Falle einer Änderung bestehender Bestimmungen und Vorschriften verpflichtet sich JCDecaux, die Anlagen auf eigene Kosten dementsprechend anzupassen.
- 9.2. JCDecaux hat die Anlagen auf eigene Kosten zu beseitigen, zu verlegen oder anzupassen, wenn dies infolge einer Änderung der öffentlichen Wege oder anlässlich der Einrichtung, Änderung oder Entfernung von Leitungen und Anlagen aller Art der Ver- und Entsorgungsunternehmen, für Telekommunikationslinien, von Verkehrsunternehmen oder anderer Behörden erforderlich wird. Dies gilt auch dann, wenn öffentliche Wege mit Rücksicht auf den Bau oder die Änderung einer Bundesfernstraße in der Baulast des Bundes verändert werden sollen. Hamburg strebt an, die Beseitigung oder Verlegung von nicht mehr als 5 % der Anlagen pro Jahr nach Satz 1 und 2 zu verlangen. Soweit Hamburg die Beseitigung oder Verlegung von mehr als 5 % der Werbeträger pro Jahr verlangt, erstattet Hamburg JCDecaux die Kosten für diese weitgehenden Maßnahmen auf Nachweis, wenn an der Beseitigung oder Verlegung kein zwingendes öffentliches Interesse besteht. Nr. 3.4 gilt entsprechend.
- 9.3. Hamburg kann zudem von JCDecaux während der Laufzeit dieses Vertrages jederzeit verlangen, bestimmte Anlagen auf Kosten von JCDecaux zu beseitigen, wenn dies im Einzelfall aus Gründen der Sicherheit des Verkehrs oder der Stadtbildgestaltung erforderlich ist. Ist die Beseitigung einer Werbeanlage nach Satz 1 erforderlich, wird sich Hamburg um die Genehmigung eines Ersatzstandortes bemühen; ein Anspruch hierauf besteht nicht. Nr. 3.4 gilt entsprechend.
- 9.4. Hamburg wird die JCDecaux bei Planungen möglichst frühzeitig anhören, soweit bestehende oder zu errichtende Anlagen betroffen sind.
- 9.5. Hamburg wird nach Abschluss dieses Vertrages Dritten die dauerhafte Errichtung von anderen Anlagen der Außenwerbung auf Staatsgrund, die zum Zeitpunkt des Abschlusses dieses Vertrages noch nicht rechtmäßig vorhanden waren, nicht gestatten, wenn ihr Abstand weniger als 20 m zu Werbeträgern der JCDecaux beträgt, die auf der Grundlage dieses Vertrages betrieben werden, wobei als Werbeträger, die auf der Grundlage dieses Vertrages betrieben werden, auch neue typengeprüfte Anlagen an bisherigen Standorten im Sinne von Nr. 7.1 und andere Anlagen an bisherigen Standorten im Sinne von Nr. 7.2 angesehen werden. Satz 1 gilt nicht für Werbeeinrichtungen für Eigenwerbung von Anlagern in angemessenem Umfang und für Werbeflächen an Schaltschränken und Bauzäunen.

11 Besondere Vorschriften für Werbung

11.1. JCDecaux hat sicherzustellen und steht dafür ein, dass die jeweilige Werbung sämtlichen gesetzlichen und behördlichen Vorschriften entspricht und insbesondere nicht gesetzlichen oder behördlichen Werbeverböten widerspricht. Unzulässig ist der Aushang von Werbung für Suchtmittel in einem Umkreis von 200 m, soweit der Aushang von Schulfächern aus sichtbar ist.

11.2. Beschädigte Plakate sind unverzüglich auszutauschen. Nicht mehr neuwertige Plakate, zum Beispiel optisch verblichene Plakate, sind mit dem nächsten ordentlichen Bewirtschaftungsintervall auszutauschen. Dies gilt auch für Plakate sowie für ereignisbezogene Werbung oder Aktionswerbung mit Datumsangaben, wenn das letzte Datum des jeweiligen Ereignisses oder der Aktion verstrichen ist. Kein Motiv mit Ausnahme der Stadtpläne gem. Nr. 11 darf länger als dreißig Tage am selben Standort ausgehängt werden, soweit es sich nicht um Eigenwerbung im Sinne der Nr. 12 mit von Hamburg gewünschten längeren Laufzeiten oder um von Dritten beauftragte und entsprechend vergütete Dauerwerbung handelt.

11. Stadtpläne

11.1. JCDecaux verpflichtet sich, während der Laufzeit des Vertrages stets wenigstens 150 aktuelle Stadtteilpläne im Format 4/1 in SIA auszuhängen. Die Stadtteilpläne werden von Hamburg an JCDecaux nach Aktualisierungsbedarf geliefert. JCDecaux stellt sicher, dass eine angemessene Anzahl solcher Stadtteilpläne in unmittelbarer Umgebung, oder sofern dies nicht möglich ist, in größtmöglicher Nähe zu Stadtteilzentren und Objekten allgemeinen Interesses (Sehenswürdigkeiten, Museen, Kulturstätten sowie anderen Zentren des öffentlichen Interesses) ausgehängt wird. Die Aufstellung von Stadtteilplänen im Übrigen liegt im billigen Ermessen von JCDecaux, wobei dem Informationsinteresse der Bevölkerung und der Besucher Hamburgs angemessene Rechnung zu tragen ist. Vor Festlegung der Aushangstandorte stimmt sich JCDecaux mit dem jeweils zuständigen Bezirksamt ab.

11.2. JCDecaux verpflichtet sich ferner, an den FGU die erforderlichen Flächen für Verkehrsinformationen (Fahrpläne, Routenpläne etc.) nach den Vorgaben der Hamburger Hochbahn AG vorzuhalten.

12. Stadtwerbung in Hamburg

12.1. JCDecaux wird Hamburg laufend an FGU und SIA 400 Werbeflächen mittlerer Art und Güte zum Aushang Hamburg bezogener Eigenwerbung und Stadtinformation zur Verfügung stellen. Die Verpflichtungen von JCDecaux nach Nr. 11 bleiben unberührt.

12.2. Soweit Hamburg über die Werbeflächen nach Nr. 12.1 hinaus weitere Werbeflächen für Eigenwerbung in Hamburg bucht, erfolgt im Hinblick auf Buchungen,

Reservierungen und Aushang eine Gleichbehandlung mit anderen Werbetreibenden. JCDecaux gewährt Hamburg jedoch auf Buchungen für Eigenwerbung und Stadlinformationen den in Anhang 5 bezeichneten Rabatt auf den jeweiligen Listenpreis.

123. Für die Eigenwerbung gem. Nm. 12.2 und 13.1 gewährt JCDecaux Hamburg für jedes Kalenderjahr ein freies Werbebudget in Höhe von EUR [REDACTED] („Gutschrift“) für die Buchung von Werbeflächen für Eigenwerbung. Die von Hamburg mit der Schaltung von Eigenwerbung beauftragte Stelle entscheidet, auf welche Werbeaktionen die Gutschrift ganz oder teilweise angerechnet wird und wird dies JCDecaux jeweils bei der Buchung der Werbung schriftlich mitteilen. Bei der Abrechnung finden die jeweils gültigen Rabatte gemäß Anhang 5 Anwendung. Innerhalb eines Kalenderjahres nicht aufgebrauchte Gutschriften verfallen.
124. Die Gutschrift gemäß Nr. 12.3 wird jeweils zu Beginn eines neuen Kalenderjahres entsprechend der prozentualen Änderung der durchschnittlichen Listenpreise aller von JCDecaux in Deutschland bewirtschafteten Außenwerbeflächen im abgelaufenen Kalenderjahr im Verhältnis zum vorhergehenden Kalenderjahr angepasst. JCDecaux hat Hamburg die entsprechende Änderung und die sich daraus ergebende Gutschrift zu Beginn des jeweiligen Kalenderjahres mit einem Testat eines unabhängigen Wirtschaftsprüfers schriftlich mitzuteilen.
125. Eigenwerbung im Sinne von Nr. 12.1 ist jede Werbung Hamburgs oder öffentlich-rechtlicher Körperschaften und Stiftungen Hamburgs für eigene kommerzielle und nicht-kommerzielle Zwecke, sowie Werbung für Unternehmen, die mit Hamburg gemäß §§ 15 ff. AktG verbunden sind, soweit
- (i) die Werbung von Hamburg oder der von Hamburg beauftragten Stelle in Auftrag gegeben wird,
 - (ii) die Werbung das Image Hamburgs fördern soll, und
 - (iii) nicht für den unmittelbaren Absatz von Waren oder kommerzielle Dienstleistungen oder für Handelsmarken geworben wird.
126. Um Eigenwerbung handelt es sich auch, wenn auf den entsprechenden Werbemitteln Hinweise auf Sponsoren der entsprechenden Veranstaltungen oder der jeweiligen Werbeaktion enthalten sind, soweit diese nicht mehr als 20 % der Gesamtfläche bei einem Sponsor und 25 % der Gesamtfläche bei mehreren Sponsoren der jeweiligen Werbung überschreiten.
127. Sofern der Veranstalter herausragender internationaler Veranstaltungen wie z.B. von Olympischen Spielen, Fußballwelt- und -Europameisterschaften ein Werbeverbot in einem von ihm verlangten Umkreis um die Veranstaltungsorte verlangt, wird JCDecaux in den Fällen des Satzes 1 seine Werbeträger in einem vom Veranstalter festgelegten Umkreis um die Veranstaltungsorte nicht nutzen

oder nur solche Werbung ausstellen, der der jeweilige Veranstalter zugestimmt hat oder die Werbeträger dem jeweiligen Veranstalter zu angemessenen Bedingungen zur Verfügung stellen, die JCDecaux mit dem Veranstalter vereinbart. Dabei hat JCDecaux dafür Sorge zu tragen, dass die Bewerbung Hamburgs für solche Veranstaltungen aktiv gefördert wird. Ein Anspruch von JCDecaux auf Entgelte oder Kostenerstattung gegen Hamburg ist ausgeschlossen.

13. Eigenwerbung Hamburgs außerhalb Hamburgs

13.1. Soweit Hamburg Werbeflächen für Eigenwerbung außerhalb Hamburgs bucht, erfolgt im Hinblick auf Buchungen und Reservierungen von Werbeflächen und Aushang der Werbung eine Gleichbehandlung mit anderen Werbetreibenden, die Werbung zu Listenpreisen buchen. JCDecaux gewährt Hamburg bei der Buchung von Werbeflächen für Eigenwerbung die sich aus Anhang 5 ergebenden Rabatte auf die jeweils geltenden Listenpreise. Nrn. 12.5 und 12.6 finden Anwendung.

14. Qualitätssicherung, Vertragsstrafen

14.1. JCDecaux wird bis zum Stichtag Bestimmungen für ein Qualitätssicherungsverfahren einführen, die als Anhang 6 diesem Vertrag beigelegt werden und insbesondere Regelungen enthalten müssen:

14.1.1. über Art und Umfang der Schulung und Fortbildung aller mit dem Betrieb von Werbeträgern nach diesem Vertrag befassten Mitarbeiter von JCDecaux zur Erfüllung der Anforderungen nach diesem Vertrag und nach dem jeweils neuesten Stand der für JCDecaux darüber hinaus geltenden Anforderungen an Organisation und Technik des Betriebs von Außenwerbung;

14.1.2. über Art und Umfang regelmäßig und anlassbezogen durchzuführender interner Überprüfungen der Einhaltung der vertraglich und darüber hinaus geltenden Pflichten zum Betrieb, insbesondere zur Reinigung, Wartung aller mechanischen, elektrischen und elektronischen Bauteile von Werbeträgern und Zusatzeinrichtungen, zur Beseitigung von Fehlern und Schäden und zur sonstigen Instandhaltung;

14.1.3. über die Dokumentation der Überprüfungen nach Nr. 14.1.2, ihrer Ergebnisse und der daraufhin getroffenen Maßnahmen in regelmäßigen Prüfberichten, die elektronisch suchfähig erfasst werden und über die Übermittlung dieser Dokumentation an Hamburg.

14.2. Zur Überprüfung der Erfüllung der Anforderungen nach diesem Vertrag und der nach dem jeweils neuesten Stand der für JCDecaux darüber hinaus geltenden Anforderungen an Organisation und Technik des Betriebs von Außenwerbung sowie der in Nrn. 14.1.1 bis 14.1.3 genannten Verfahren und Maßnahmen finden mindestens einmal jährlich externe Audits statt. Hamburg kann

diese Audittierungen auch ohne Kenntnis von JCDecaux veranlassen. Zu beauftragen sind ausschließlich Personen oder Institutionen, die mit JCDecaux, abgesehen von anderen Überprüfungen und Audittierungen, keine Vertragsbeziehungen unterhalten und weder wirtschaftlich noch auf andere Weise mit JCDecaux verbunden sind. Hamburg erhält alle Berichte auf Grund von Audittierungen und kann auch die Vorlage weiterer in deren Rahmen gegenüber JCDecaux abgegebenen Stellungnahmen verlangen. Weitere Einzelheiten über Art, Umfang, Häufigkeit und Dauer externer Audittierungen sind in den Bestimmungen zum Qualitätssicherungsverfahren nach Nr. 14.1 zu regeln.

14.3. Werden im Rahmen von Überprüfungen nach Nr. 14.1.2 oder Audittierungen nach Nr. 14.2 oder aus anderem Anlass Mängel festgestellt, sind diese binnen einer Woche nach Kenntnisnahme zu beheben, sofern dieser Vertrag keine kürzeren Fristen vorsieht. Anschließend kann Hamburg eine externe Audittierung nach Nr. 14.2 zur Feststellung veranlassen, ob die Mängel behoben sind. Wird durch die nach Satz 2 veranlasste externe Audittierung festgestellt, dass die Mängel nicht behoben sind, zahlt JCDecaux binnen vier Wochen nach Übermittlung des Berichts über die externe Audittierung an JCDecaux eine Vertragsstrafe an Hamburg, deren Höhe in den Bestimmungen zum Qualitätssicherungsverfahren nach Nr. 14.1 festzulegen ist und in angemessenem Verhältnis zur Schwere des Mangels stehen muss. Hamburg kann ferner durch eine weitere externe Audittierung nach Nr. 14.2 feststellen lassen, ob die Mängel behoben sind. Sind die Mängel weiterhin nicht behoben, so ist Hamburg berechtigt, gemäß Nr. 25.2.1 diesen Vertrag außerordentlich zu kündigen.

14.4. Die Bestimmungen gemäß Nm. 14.1 bis 14.3 zum Qualitätssicherungsverfahren bedürfen der Freigabe durch Hamburg. Die Kosten aller Verfahren und Maßnahmen im Rahmen des Qualitätssicherungsverfahrens trägt JCDecaux.

15. Entgelte/Abrechnung

15.1. Sämtliche Leistungen von JCDecaux gemäß diesem Vertrag sind von JCDecaux auf eigene Kosten zu erbringen, soweit in diesem Vertrag nichts anderes vereinbart wurde.

15.2. Zur Abgeltung einer möglichen Steigerung des Unternehmenswertes durch den Abschluss dieses Vertrages, der sich für JCDecaux (und ggf. weiterer Unternehmen der Gruppe, der JCDecaux angehört) ergibt, zahlt JCDecaux, binnen 30 Tagen nach Wirksamkeit gemäß Nr. 24.1 einmalig einen Betrag von [REDACTED] Euro.

15.3. Für die Gestattungen gemäß diesem Vertrag verpflichtet sich JCDecaux, Hamburg ein Nutzungsentgelt in Form einer Umsatzbeteiligung zu bazahlen.

15.4. Der Umsatz wird wie folgt berechnet:

- 15.4.1. Umsatz im Sinne der Nr. 15.3 ist der Nettoumsatz. Dieser berechnet sich aus dem Bruttoumsatz aus sämtlichen Vermarktungshandlungen und aller sonstigen Einnahmen, die JCDecaux oder ein Dritter für JCDecaux aus der Gestattung für sich selbst und/oder für andere gemäß diesem Vertrag erzielt, abzüglich der an Agenturen und Spezialmittler gezahlten Provisionen, Skonti sowie der Umsatzsteuer. Verrechnungen mit der Gutschrift nach Nr. 12.3 gelten nicht als Einnahmen.
- 15.4.2. Übersteigen die Skonti sowie die von JCDecaux an Agenturen und Spezialmittler für die Vermarktung der jeweiligen Werbeflächen bezahlten Provisionen [REDACTED] abzüglich Umsatzsteuer, werden im Verhältnis zu Hamburg die übersteigenden Provisionsbeträge bei der Berechnung des Nettoumsatzes nicht berücksichtigt.
- 15.4.3. JCDecaux ist grundsätzlich frei in der Festsetzung der Entgelte für die Vermarktung der Werbeflächen. Vermarktet JCDecaux jedoch Werbeflächen in Hamburg im Rahmen überregionaler Werbekampagnen mit höheren Rabatten auf den Nettolistenpreis als in anderen Städten oder Regionen, so werden die Rabatte, soweit sie [REDACTED] auf die für Hamburg geltenden Nettolistenpreise überschreiten, bei der Berechnung des Umsatzes als erzielte Einnahmen berücksichtigt. Vermarktet JCDecaux Werbeflächen für eine überregionale Werbekampagne zu Einheitspreisen, und führt dies rechnerisch zu einem Rabatt von mehr als [REDACTED] auf die für Hamburg geltenden Nettolistenpreise, so werden im Verhältnis zu Hamburg die übersteigenden Beträge bei der Berechnung des Umsatzes als erzielte Einnahmen berücksichtigt.
- 15.4.4. Die Umsatzbeteiligung für Hamburg beträgt [REDACTED] des Nettoumsatzes.
- 15.4.5. Übertrifft ab dem zweiten Vertragsjahr der Nettoumsatz den im jeweiligen Vorjahr erzielten Nettoumsatz um mehr als [REDACTED] reduziert sich für diesen Teil des Nettoumsatzes die Umsatzbeteiligung um [REDACTED].
- 15.5. Die Umsatzbeteiligung wird nur dann gezahlt, wenn das gemäß Nr. 15.4 berechnete Nutzungsentgelt den Garantiebetrug von Euro [REDACTED] übersteigt. Andernfalls wird dieser Garantiebetrug gezahlt.
- 15.6. Der Garantiebetrug nach Nr. 15.5 erhöht sich jeweils zum 1. Januar des folgenden Jahres um [REDACTED] p.a., es sei denn, der vom Statistischen Bundesamt für den Januar amtlich festgestellte Verbraucherpreisindex aller privaten Haushalte in Deutschland hat sich gegenüber dem für den Januar des Vorjahres veröffentlichten Index um fünf Prozent oder mehr oder um ein Prozent oder weniger erhöht. In diesem Fall ist jede der Vertragsparteien durch schriftliche Anzeile an die andere Vertragspartei bis zum 31. März berechtigt, eine billige Anpassung des Garantiebetrages zu verlangen. Dabei gilt als vereinbart, dass die Erhöhung

oder die Verminderung des Verbraucherpreisindex lediglich Bedingung für ein Anpassungsverlangen, nicht jedoch Maßstab für die Neufestsetzung des Garantiebeitrages ist.

117. Die Umsatzbeteiligung ist jeweils bis zum 30. Juni des Folgejahres fällig und zahlbar, jedoch ist der Garantiebetrag bereits zum 15. Januar des laufenden Jahres im Voraus an Hamburg zu bezahlen. Auf den am 30. Juni des Folgejahres fälligen Betrag, der sich aus der Umsatzbeteiligung abzüglich des Garantiebeitrages errechnet, sind Zinsen in Höhe von 2 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank p.a. ab dem 01. Januar des Folgejahres von JCDecaux zu bezahlen.
118. Die Parteien gehen davon aus, dass Umsatzsteuer für die nach diesem Vertrag zu leistenden Zahlungen nicht anfällt. Eine Nachberechnung von Umsatzsteuer erfolgt gegen Erteilung einer ordnungsgemäßen Rechnung, wenn sich die steuerrechtliche Beurteilung ändert und bisher als nichtsteuerbar oder steuerfrei behandelte Zahlungen oder sonstige Leistungen als umsatzsteuerpflichtig einzuordnen sind. In diesem Fall werden sich die Parteien über einen angemessenen Ausgleich unter Berücksichtigung der Möglichkeiten zum Vorsteuerabzug verständigen. Etwaige Ansprüche, die sich aus der Feststellung der Steuerpflicht ergeben, verjähren ein Jahr nach Vorlegen eines unanfechtbaren und nach der Abgabenordnung nicht mehr abänderbaren Steuerbescheides.
- 15.9. JCDecaux wird Hamburg eine den Anforderungen vorstehender Nummern entsprechende prüffähige Aufstellung des Nettoumsatzes des Vorjahres bis zum 30. Juni zusammen mit der Jahresbilanz übergeben. Hamburg ist berechtigt, die Berechnung des Nettoumsatzes binnen eines Zeitraumes von sechs Monaten ab Vorlage der prüffähigen Aufstellung gemäß Nr. 18 zu überprüfen. Sollte sich herausstellen, dass die an Hamburg zu entrichtende Umsatzbeteiligung höher ist, als von JCDecaux angegeben, so ist der Differenzbetrag binnen vier (4) Wochen an Hamburg nebst Zinsen in Höhe von 8 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank p.a. seit dem Zeitpunkt, zu dem der Betrag bei fehlerfreier Berechnung fällig gewesen wäre, zu bezahlen.
- 15.10. Für Werbeträger gemäß Nr. 1.4 Satz 2 (Werbeträger auf Grundstücken die für wissenschaftliche, kulturelle, schulische und sportliche Zwecke genutzt werden) gilt die Sonderregelung, dass 50 % des auf den jeweiligen Werbeträger entfallenden Anteils des Garantiebeitrages und der Umsatzbeteiligung, direkt an die Einrichtung oder Organisation zu entrichten sind, die die Fläche nutzt. Die entsprechenden Beträge werden in der für Hamburg bestimmten Abrechnung ausgewiesen. Über die Abrechnung dieser Beträge wird JCDecaux eine jeweils gesonderte Vereinbarung mit der betreffenden Einrichtung oder Organisation treffen. Auf Verlangen Hamburgs ist eine Kopie der entsprechen Vereinbarung einzureichen. Die Buchhaltung der JCDecaux ist so zu führen, dass eine gesonderte Abrechnung und Abführung möglich und nachprüfbar ist.

- 1 511. Gibt Hamburg nach Vertragschluss Leistungen von JCDecaux in Auftrag, die über die in den Anhängen beschriebenen Leistungen hinausgehen, wird zwischen Hamburg und JCDecaux gesondert vereinbart, welche Beträge für diese Zusatzleistungen auf die von JCDecaux zu zahlenden Entgelte jeweils anzurechnen sind.
- 1 512. Jeweils bis zum 31. März und bis zum 30. September werden die Parteien auf Einladung einer der Parteien Gespräche auf Leitungsebene über die Umsätze, die Umsatzprognosen für das laufende und das Folgejahr, die Entwicklung des Marktes sowie über mögliche Optimierungen der Außenwerbung in Hamburg führen.
- 1 513. Mit der Leistung der Entgelte nach dieser Vorschrift sind Gebühren für Amtshandlungen nach Nrn. 6 und 7 abgegolten, soweit dieser Vertrag keine gesonderten Regelungen enthält.
- 1 514. Aufrechnungsrechte stehen JCDecaux nur zu, wenn ihre Gegenansprüche rechtskräftig festgestellt, unbestritten oder von Hamburg anerkannt sind. Die Ausübung eines Zurückbehaltungs- oder Leistungsverweigerungsrechts durch JCDecaux ist nur berechtigt, wenn die gleichen Voraussetzungen erfüllt sind und außerdem der Gegenanspruch von JCDecaux auf dem gleichen Vertragsverhältnis beruht.

16. Sicherheitsleistung

- 16.1. Zur Sicherung der sich aus diesem Vertrag für JCDecaux ergebenden Aufstellungsverpflichtungen gemäß Nr. 5 leistet JCDecaux gegenüber Hamburg für die Laufzeit dieses Vertrages Sicherheit durch eine unbefristete, unbedingte und selbstschuldnerische Bürgschaft (Vertragserfüllungsbürgschaft) einer europäischen Großbank, deutschen Sparkasse oder Volksbank in Höhe von

[REDACTED]

(100 % der Gesamtkosten gemäß Schätzung der Kosten für die Errichtung der FGU).

Die Parteien sind sich darüber einig, dass dieser Betrag den voraussichtlichen Kosten für die Errichtung der FGU gem. Nr. 5 und Anhang 2 entspricht. Die Bürgschaft wird von Hamburg entsprechend dem Fortschritt der Errichtung der FGU gegen den Nachweis der mangelfreien Aufstellung entsprechend der Höhe des Werts der aufgestellten Anlagen freigegeben.

- 16.2. Daneben leistet JCDecaux eine unbefristete, unbedingte und selbstschuldnerische Bürgschaft einer europäischen Großbank, einer deutschen Sparkasse oder Volksbank zur Absicherung der Einmalzahlung nach Nr. 15.2 (Zahlungsbürgschaft) in Höhe von

[REDACTED]

(Gesamthöhe der Einmalzahlung).

Die Zahlungsbürgschaft wird von Hamburg nach dem vollständigen Eingang der Einmalzahlung freigegeben.

16.3. Hamburg kann auf Antrag von JCDecaux einer alternativen Sicherheit, die nach dem billigen Ermessen Hamburgs einer Bürgschaft gemäß Nr. 16.1 und 16.2 wenigstens gleichwertig ist, zustimmen. Nrn. 16.2 Satz 2 und 16.3 Satz 2 gelten für die Freigabe entsprechend.

16.4. Die Bürgschaften sind auf den als Anhang 7 beigefügten Vordrucken Hamburgs auszustellen und bei Vertragsschluss zu übergeben.

17. Dokumentationspflichten

17.1. Der Vertragspartner führt in elektronischer Form eine Dokumentation, die laufend aktualisiert wird und mindestens folgende Angaben enthält:

- Standort der einzelnen Anlagen einschließlich solcher ohne Werbung mit GPS-Koordinaten
- Typ der Anlage mit Angaben über die Zahl der Werbeflächen,
- Angaben zu besonderen Ausstattungsmerkmalen,
- Art und Datum wesentlicher Reparatur- und Wartungsarbeiten,
- Standorte mit Aushang von Stadtplänen gemäß Nr. 11,
- Standorte und Zeiten der Belegung mit Eigen-Werbung nach Nm 12. und 13.

17.2. JCDecaux ermittelt und dokumentiert laufend die Belegungsquote der Werbeflächen an den in Hamburg errichteten Anlagen.

17.3. JCDecaux erteilt den im Anhang 8 bezeichneten zuständigen Dienststellen Hamburgs auf Anfrage jederzeit kostenfrei Auskünfte über alle in der Dokumentation nach Nr. 17.1 enthaltenen Daten sowie über die Dokumentation der Belegungsquoten nach Nr. 17.2. Auf Anforderung übermittelt der Vertragspartner Hamburg kostenfrei den aktuellen Gesamtbestand der Dokumentation. Sofern seitens Hamburgs die technischen Voraussetzungen für einen Empfang der Daten aus dieser Dokumentation geschaffen werden, räumt der Vertragspartner Hamburg kostenfrei einen unmittelbaren Zugriff im Wege der elektronischen Datenübermittlung ein. Im Falle der elektronischen Datenübermittlung ist durch technische Vorkehrungen sicher zu stellen, dass seitens Hamburgs nur berechnete Personen Zugriff auf die Daten der Dokumentation erhalten. Unabhängig von der Form der Datenübermittlung verpflichtet sich Hamburg, die empfangenen Daten nur zur Wahrnehmung ihrer öffentlichen und privaten Rechte an den im Eigentum Hamburgs stehenden Flächen, auf denen sich die Anlagen befinden, sowie zur Wahrnehmung der Rechte aus diesem Vertrag einschließlich einer etwaige Neuvergabe der mit diesem Vertrag eingeräumten Rechte zu nutzen.

19. Buchführungspflichten und Buchprüfungsrechte

- 19.1. Die Buchhaltung und Bilanzierung der Einnahmen, Erträge und Aufwendungen der JCDecaux muss den gesetzlichen Anforderungen entsprechen und die Überprüfung der für die Entgeltberechnung nach Nr. 15 maßgeblichen Umstände jederzeit ermöglichen. Der Vertragspartner ist verpflichtet, über die aus der Wahrnehmung der Werberechte aus diesem Vertrag erzielten Umsätze und die nach diesem Vertrag zu erbringenden Sach- und Dienstleistungen gesondert Buch zu führen. Die Buchführung muss eine Überprüfung der tatsächlich erzielten Umsätze als Grundlage für die Entgeltzahlung an Hamburg gemäß Nr. 15 sowie der nach diesem Vertrag zu erbringenden Sach- und sonstigen Leistungen gemäß Nrn. 5, 8, 11, 12 und 13 ermöglichen.
- 19.2. Hamburg ist jederzeit berechtigt, die Abrechnung der Entgelte gemäß Nr. 15 selbst oder durch einen zur Verschwiegenheit verpflichteten Wirtschaftsprüfer oder Steuerberater überprüfen zu lassen. JCDecaux wird Hamburg oder ihrem Beauftragten zu diesem Zweck alle erforderlichen Unterlagen zur Einsicht bereitstellen. Die Kosten der Überprüfung trägt Hamburg, es sei denn, es wird festgestellt, dass die Hamburg und den Einrichtungen und Organisationen gemäß Nr. 15.10 zustehenden Entgelte höher sind, als von JCDecaux ausgewiesen; in diesem Fall trägt JCDecaux die entsprechenden Kosten.
- ## **20. Verantwortlichkeit und Haftung**
- 20.1. JCDecaux wird Hamburg von allen Ansprüchen Dritter freistellen, die aufgrund des Inhaltes der Werbung oder der Informationen an und in Zusammenhang mit Anlagen geltend gemacht werden. Dies gilt nicht, soweit Hamburg den jeweiligen Inhalt der Werbung zu vertreten hat (z.B. bei Eigenwerbung und Content auf Websites und technischen Informationsanlagen, die von Hamburg zur Verfügung gestellt werden).
- 20.2. Die Verkehrssicherungspflichten hinsichtlich der Anlagen obliegen ausschließlich JCDecaux. JCDecaux wird Hamburg oder Nutzer von Flächen nach Nr. 1.4 Satz 2 von allen Ansprüchen Dritter freistellen, die aufgrund einer Verletzung der Verkehrssicherungspflichten oder aus Anlass des Vorhandenseins von Anlagen geltend gemacht werden.
- 20.3. Hamburg übernimmt keinerlei Gewähr und Haftung für die Eignung von Standorten für Anlagen oder für die Erzielung eines bestimmten Umsatzes mit einzelnen oder allen Anlagen mit Werbeträgern und Werbeflächen.
- ## **20. Übertragung des Vertrages, Unterverpachtung, Abtretungsverbot**
- 20.1. Eine vollständige oder teilweise Übertragung dieses Vertrages oder die Abtretung von Ansprüchen aus diesem Vertragsverhältnis durch JCDecaux ist ohne schriftliche Zustimmung Hamburgs ausgeschlossen. Soweit JCDecaux die Rechte und Pflichten aus diesem Vertrag auf ein von ihr mittelbar oder unmittel-

bar beherrschtes Unternehmen übertragen oder ausüben lassen will, wird Hamburg die Zustimmung nur aus berechtigten Gründen verweigern. Hamburg wird einer Übertragung vorbehaltlich besonderer Umstände zustimmen, soweit JCDecaux gegenüber Hamburg selbst verpflichtet bleibt oder entsprechende Garantien abgibt.

21.2. Die vollständige oder teilweise Überlassung der Werbeflächen zur Vermarktung oder Bewirtschaftung durch Dritte ist ohne schriftliche vorherige Zustimmung Hamburgs ausgeschlossen. JCDecaux hat jedoch das Recht, die Werbeflächen durch Vermarktungsgesellschaften zu vermarkten, wenn sichergestellt ist, dass alle Einnahmen der Vermarktungsgesellschaft aus der Verwertung der vertragsgegenständlichen Werbeflächen wie eigene Einnahmen von JCDecaux gewertet werden und sämtliche in diesem Vertrag geregelten Rechte Hamburgs unabhängig von einer Zustimmung von JCDecaux auch unmittelbar gegenüber der Vermarktungsgesellschaft geltend gemacht werden können. JCDecaux weist die entsprechenden Vereinbarungen nach, bevor sie der Vermarktungsgesellschaft die Aufnahme ihrer Tätigkeit gestattet.

21. Abstimmung mit der Hamburger Hochbahn AG

Mit Ausnahme hoheitlicher Rechte werden die Rechte Hamburgs in Bezug auf die Errichtung neuer und die Verlegung von FGU, ihren Betrieb, die Einrichtung und den Betrieb von Zusatzausrüstungen von der Hamburger Hochbahn AG (HHA) wahrgenommen. Diese vertritt zugleich die Interessen anderer Linienverkehrsbetriebe, die auf dem Territorium Hamburgs tätig sind und koordiniert auch die Belange aller Betroffenen. Einzelheiten zur Zusammenarbeit werden durch eine zwischen HHA und JCDecaux zu schließende Vereinbarung geregelt.

22. Verpflichtung zur Gründung einer Niederlassung in Hamburg

22.1. JCDecaux verpflichtet sich, bis zum 31.12.2008 eine Niederlassung in Hamburg zu errichten und während der Laufzeit dieses Vertrages zu unterhalten.

22.2. Die Niederlassung ist personell so auszustatten, dass sie stets in der Lage ist, die Pflichten der JCDecaux aus diesem Vertrag organisatorisch und personell zu erfüllen. Abrechnungsunterlagen und Bilanzen der JCDecaux, die diesen Vertrag betreffen, sind bei der Niederlassung für Prüfzwecke Hamburgs zur Einsicht vorzuhalten.

23. Schwarzarbeitsbekämpfung, Tariftreue und Nachunternehmer-einsatz

23.1. JCDecaux verpflichtet sich, dafür zu sorgen und einzustehen, dass bei der Ausübung der mit diesem Vertrag übertragenen Rechte und bei Erfüllung der mit diesem Vertrag auferlegten Pflichten, Schwarzarbeit unterbleibt und die gesetzlichen Regelungen zur Bekämpfung von Schwarzarbeit eingehalten werden.

212. JCDecaux verpflichtet sich, ihren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern, die mit der Ausübung der mit diesem Vertrag übertragenen Rechte oder der Erfüllung der mit diesem Vertrag auferlegten Pflichten betraut sind, mindestens das jeweils tarifvertraglich vorgesehene Entgelt zu den tarifvertraglich vorgesehenen Zeitpunkten zu zahlen.
213. JCDecaux erklärt, dass sie ihren gesetzlichen Verpflichtungen zur Zahlung der Steuern, der Beiträge zu den Sozialversicherungen sowie der Beiträge zur Berufsgenossenschaft nachkommt und für die Laufzeit des Vertrages nachkommen wird.
214. Auf Verlangen Hamburgs hat JCDecaux die von ihr beauftragten Nachunternehmen unverzüglich zu benennen.
215. Ebenfalls auf Verlangen Hamburgs hat JCDecaux unverzüglich vollständige und prüfbarere Entgeltabrechnungen über die in Nr. 23.2 näher bezeichneten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer vorzulegen und Einblick in die Unterlagen über die Abführung von Steuern und Beiträgen sowie die zwischen JCDecaux und ihren Nachunternehmen abgeschlossenen Verträge zu gewähren.
216. Für den Fall, dass JCDecaux ihre Pflichten nach Nm. 23.1 bis 23.5 verletzt, kann Hamburg für jeden schuldhaften Verstoß eine Vertragsstrafe [REDACTED] verlangen. Im Höchstfall können sich die Vertragsstrafen nach Satz 1 pro Jahr auf [REDACTED] belaufen.
217. JCDecaux verpflichtet sich, die Pflichten nach 23.1 bis 23.5 ihren Nachunternehmen ebenfalls aufzuerlegen und darüber hinaus sicherzustellen, dass von den Nachunternehmen unterbeauftragte weitere Unternehmen, ebenfalls die Pflichten nach 23.1 bis 23.5 auferlegt werden. JCDecaux hat die Beachtung dieser Pflichten durch ihre Nachunternehmen durch geeignete Mittel zu kontrollieren.
218. Vorstehende Verpflichtungen nach Nr. 23 sind unter Beachtung etwaiger rechtlicher Schranken zu erfüllen.
- 24. Laufzeit**
- 24.1. Dieser Vertrag bedarf zu seiner Wirksamkeit der Genehmigung durch die Hamburgische Bürgerschaft. Hamburg wird JCDecaux von der Erteilung der Genehmigung umgehend schriftlich in Kenntnis setzen.
- 24.2. Der Vertrag hat eine feste Laufzeit von 15 (fünfzehn) Jahren, gerechnet ab dem 01.01.2009, 0.00 Uhr (Stichtag).
- 24.3. Kündigungen bedürfen der Schriftform (elektronische Form ausgeschlossen).

2 Außerordentliche Kündigung

21. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.

22. Hamburg kann diesen Vertrag aus wichtigem Grund insbesondere kündigen, wenn

25.2.1. JCDecaux wesentliche Bestimmungen dieses Vertrages verletzt und die Verletzung trotz einer schriftlichen Mahnung mit Fristsetzung von zwei Wochen nicht fristgerecht beseitigt,

25.2.2. die nach Nr. 18 vorzulegenden Sicherheitsleistungen nicht eingelöst werden,

25.2.3. JCDecaux mit einer Zahlung nach Nr. 15.4 und 15.6 trotz schriftlicher Mahnung mit Fristsetzung von vier (4) Wochen weiterhin in Verzug ist;

25.2.4. Die Nettoumsätze von JCDecaux gemäß Nr. 15.4 für zwei aufeinander folgende Jahre hinter der Entwicklung der vom Fachverband für Außenwerbung veröffentlichten Umsätze der Außenwerbung in Deutschland erheblich zurückbleiben, es sei denn, dies ist durch Umstände, die von Hamburg zu vertreten sind, oder durch von JCDecaux nicht beeinflussbare Umstände verursacht. Vor einer Kündigung wird Hamburg JCDecaux Gelegenheit geben, die Gründe für die Entwicklung der Nettoumsätze darzulegen und zu belegen,

25.2.5. über JCDecaux ein Insolvenzverfahren beantragt oder eröffnet wird,

25.2.6. die Konzernobergesellschaft von JCDecaux oder die derzeitigen Anteilseigner nicht mehr (unmittelbar oder mittelbar über von ihr abhängige Unternehmen) die Mehrheit des stimmberechtigten Stammkapitals von JCDecaux halten oder die Mehrheit des stimmberechtigten Kapitals der Konzernobergesellschaft oder von JCDecaux unmittelbar oder mittelbar auf einen neuen Gesellschafter oder Aktionär übertragen wird und hierdurch die Interessen Hamburgs nicht nur unwesentlich nachteilig berührt werden. Dies ist insbesondere der Fall, wenn ein Wettbewerber von JCDecaux oder ein Unternehmen, das im Werbemarkt mehr als nur in unbedeutendem Umfang tätig ist, unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit des stimmberechtigten Stammkapitals von JCDecaux übernimmt

26. Folgen bei Beendigung des Vertrages

26.1. Bei Beendigung dieses Vertrages geht das Eigentum an den Anlagen auf Hamburg über. Hamburg kann diese Anwartschaft insgesamt oder für SIA und/oder FGU gesondert abtreten. In diesem Fall geht das Eigentum an den von Hamburg gegenüber der JCDecaux benannten Abtretungsempfänger über.

212. Wird der Vertrag beendet, erstattet Hamburg JCDecaux den nachweislich noch nicht abgeschriebenen Wert der Anlagen auf der Grundlage einer linearen Abschreibung von [REDACTED] des pro Jahr, mindestens aber [REDACTED] Neuwertes. Hamburg kann gegen Forderungen nach Satz 1 mit Schadensersatzforderungen gegen JCDecaux aufrechnen. Der Anspruch auf Wertersatz nach Satz 1 wird zwei Jahre nach Beendigung des Vertrages fällig und ist ab dem Tag der Vertragsbeendigung mit dem Basiszinssatz zu verzinsen.

213. Binnen eines Monats nach Vertragsbeendigung hat JCDecaux die Dokumentation nach Nr. 17 dieses Vertrages herauszugeben. Die Geltendmachung eines Zurückbehaltungsrechts an der Dokumentation ist ausgeschlossen.

214. Erklärt Hamburg spätestens ein Jahr vor Ablauf des Vertrages schriftlich den vollständigen oder teilweisen Verzicht auf die Rechte nach Nr. 26.1, bleibt JCDecaux insoweit Eigentümerin der Anlagen und ist in diesem Falle verpflichtet, diese auf eigene Kosten kontinuierlich und vollständig binnen eines Zeitraumes von einem Jahr abzubauen und die noch nicht abgebauten Anlagen in diesem Zeitraum einem von Hamburg benannten Nachfolger zu angemessenen Bedingungen zur Nutzung für Werbezwecke im Sinne dieser Vereinbarung zu überlassen. Im Falle der außerordentlichen Kündigung kann Hamburg den Verzicht ohne Einhaltung einer Frist erklären. Die Parteien können Abweichendes im Einzelfall schriftlich vereinbaren.

27. Geheimhaltung, Vertraulichkeit

27.1. Die Vertragsparteien sind verpflichtet, alle im Rahmen des Vertragsverhältnisses erlangten Kenntnisse von Betriebs- oder Geschäftsgeheimnissen oder sonstigen vertraulichen Informationen der anderen Vertragspartei ("vertrauliche Informationen") streng vertraulich zu behandeln, sie nicht an Dritte weiterzugeben oder sonst zu verwerfen. Mit JCDecaux oder Hamburg verbundene Unternehmen, die vertrauliche Information zur Durchführung des Vertrages benötigen, sind keine Dritten im Sinne dieser Vorschrift.

27.2. Als vertrauliche Informationen gelten solche Informationen, die als vertraulich gekennzeichnet sind oder deren vertraulicher Charakter sich aus dem Sachzusammenhang heraus ergibt oder die dem Datenschutz unterliegen.

27.3. Die Verpflichtung zur Vertraulichkeit gilt nicht, sofern

- die betreffenden Informationen vor Abschluss dieses Vertrages bereits allgemein bekannt und verfügbar waren oder später ohne das Zutun der Vertragspartei, die diese Informationen empfangen hat (im Folgenden "Empfänger" genannt), öffentlich bekannt werden, oder
- der Empfänger die betreffenden Informationen rechtmäßig von einem Dritten erhalten hat, der diesbezüglich keiner Vertraulichkeitsverpflichtung unterlag, oder

- der Empfänger die betreffenden Informationen selbständig und ohne Verbindung zu diesem Vertrag entwickelt hat, oder
- der Empfänger auf Grund gesetzlicher Bestimmungen verpflichtet ist, die Informationen zu offenbaren, vorausgesetzt der Empfänger räumt der anderen Partei in angemessenem Umfang die Möglichkeit ein, die Offenbarung der Informationen zu verhindern.

28. Schlussbestimmungen

28.1. Für diesen Vertrag und alle Ansprüche aus und in Zusammenhang mit diesem Vertrag gilt das deutsche Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechtes. Gerichtsstand ist für alle Ansprüche aus und im Zusammenhang mit diesem Vertrag Hamburg; Hamburg ist jedoch berechtigt, JCDecaux auch an deren allgemeinen Gerichtsstand zu verklagen.

28.2. Erfüllungsort ist Hamburg.

28.3. Änderungen und Ergänzungen und eine Aufhebung dieses Vertrags sowie Kündigungs erklärungen bedürfen der Schriftform (elektronische Form ausgeschlossen). Dies gilt auch für die Änderung dieser Schriftformklausel.

28.4. Die Unwirksamkeit oder Undurchsetzbarkeit einer oder mehrerer Bestimmungen dieses Vertrages, einschließlich der in Nr. 24.2 bestimmten Laufzeit, berührt die Wirksamkeit dieses Vertrages im Übrigen nicht. Im Falle der Unwirksamkeit der Laufzeit gilt die höchst zulässige Laufzeit, wobei § 313 BGB (Störung der Geschäftsgrundlage) 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.

28.5. Benachrichtigungen, einschließlich Kündigungen, sind jeweils zuzustellen an:

Hamburg: Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, Stadthausbrücke 8, 20355 Hamburg.....

JCDecaux: Geschäftsleitung der in Hamburg zu gründenden Niederlassung.....

Hamburg, den 22.10.2007

[Redacted signature]

Freie und Hansestadt
Hamburg

Hamburg, den 19.10.2007

JCDecaux Hamburg
Grusonstraße 46

[Redacted signature]
Geschäftsführer
Tel. 040/7360440

JCDecaux Deutschland GmbH

[Redacted signature]

- Anhang 1** Standortliste SIA außerhalb von FGU
- Anhang 2** Standortliste FGU
- Anhang 3** Modalbeschreibung SIA
- Anhang 4** Modalbeschreibung FGU
- Anhang 5** Rabatte für Eigenwerbung innerhalb und außerhalb Hamburgs (Das von JCDecaux ausgefüllte Rabattblatt wird dem Vertrag als Anlage beigelegt werden)
- Anhang 6** Bestimmungen für ein Qualitätssicherungsverfahren (der Anhang wird gem. Nr. 14 dieses Vertrages bis zum 01.01.2009 erstellt und dem Vertrag beigelegt)
- Anhang 7** Formulare Bürgschaft
- Anhang 8** Verzeichnis der zuständigen Dienststellen Hamburgs