Transparente Kosten- und Vergabestrukturen bei der Sanierung von Denkmälern und Kunstwerken des Landes Berlin durch Dritte

1. Das Engagement von Einzelpersonen, privatwirtschaftlichen Unternehmen, Vereinen oder Stiftungen (nachfolgend: Dritte), durch welches Sanierungsmaßnahmen von Denkmälern und Kunstwerken Berlins unterstützt und gefördert werden, ist zu begrüßen.

   In Fällen, in denen Leistungen Dritter aus Einnahmen durch die Übertragung von Vermarktungs- bzw. Nutzungsrechten – insbesondere durch die Überlassung von Werbe-, Gastronomie-, Veranstaltungsflächen an, in oder auf landeseigenen Denkmälern und Kunstwerken – finanziert werden sollen, ist in besonderem Maße auf Transparenz bei der Vergabe und der Finanzierung zu achten.

   Die Notwendigkeit zur Einhaltung nachfolgender Regeln ist unabhängig davon, ob die Initiative zur Einbindung des Engagements von Seiten der Dritten ausgeht oder von Seiten der Verwaltung.

1.1. Zunächst ist im Rahmen einer Wirtschaftlichkeitsuntersuchung die Finanzierung der Leistung durch Eigenmittel, Fremd- oder Drittmittel gegenüber zu stellen. Für die Darstellung einer Drittmittelfinanzierung sind die Varianten von Verbindung oder Trennung von Leistungserbringung und Vermarktung von Flächen mit Hilfe geeigneter Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen durch den Eigentümer (Land Berlin) zu ermitteln. Dafür sind die maßgeblichen monetären und nichtmonetären Kriterien für die Entscheidung zur Durchführung der jeweiligen Maßnahme festzulegen und die Varianten zu analysieren und zu bewerten. Als Hilfestellung kann der Leitfaden für Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen (siehe Anhang 2) bei der Vorbereitung, Planung und Durchführung von Baumaßnahmen der für Bauen zuständigen Senatsverwaltung herangezogen werden.

1.1.1. Der Sanierungsbedarf der jeweiligen Denkmäler oder Kunstwerke ist zu analysieren. Die Art und der Umfang der notwendigen Sanierungsmaßnahmen ist zu definieren und die Sanierungskosten sowie die Dauer der Maßnahmen sind zu ermitteln. Die hierdurch entstehenden Kosten sind aus Mitteln der Bauunterhaltung zu finanzieren.

1.1.2. Die für eine Vermarktung in Frage kommenden Flächen und Rechte sind zu benennen, die Nutzung nach Art, Umfang und Dauer zu definieren sowie die daraus erzielbaren Einnahmen zu ermitteln. Hierbei sind die geltenden Vorschriften (insbesondere BauO Bln, DSchG Bln, BerlStrG und Gestaltungsverordnungen) zu berücksichtigen. Soll eine Maßnahme durch das Einräumen eines Sondernutzungsrechts nach dem BerlStrG zur Vermarktung

von Flächen im öffentlichen Straßenland finanziert werden, sind insbesondere die Einschränkungen infolge bestehender Werberechtsverträge zu beachten.

2. Um Gleichbehandlung und Transparenz sicherstellen zu können, sind Sanierungsleistungen mit Fremdfinanzierung dem Wettbewerb zu unterstellen. Dabei ist eine möglichst breite Streuung durch Ansprache potentieller Interessenten anzustreben, um die Chancengleichheit möglicherweise konkurrierender Angebote zu gewährleisten.

2.1. Soll die Vergabe von Planungs- und Bauleistungen für die Sanierung und die Vermarktung von Flächen und Rechten in getrennten Verfahren erfolgen, ist zu beachten:

2.1.1. Die Vergabe von Planungs- und Bauleistungen an Dritte erfolgt nach den haushalts- und vergaberechtlichen Vorschriften des Landes Berlin.

2.1.2. Die vermarktbaren Flächen und Rechte sind zur Erzielung einer optimalen Gestaltung und Nutzung sowie einer marktgerechten Vergütung im Wettbewerb anzubieten. Die Vermarktung muss mit Bezug auf die ermittelten Kosten der Sanierungsmaßnahme erfolgen, der die Einnahmen zufließen sollen.

3. Soll die Vergabe von Leistungen und die Vermarktung von Flächen dahingehend gemeinsam erfolgen, dass Planungs- und Bauleistungen Dritter durch Überlassung von Vermarktungs- bzw. Nutzungsrechten vergütet werden, ist wie folgt zu verfahren:

3.1. Besteht die Gegenleistung in einem Recht auf Nutzung der baulichen Anlage, ist die Vergabe der Leistungen zur Sanierung als Baukonzession (vgl. § 23 VOB/A, Konzessionsvergabeverordnung-KonzVgV) auszuschreiben.

Wegen der erforderlich hohen Leistungsfähigkeit der Bieter bzw. Bewerber bei dieser Vergabe empfiehlt es sich in jedem Fall, diese einer Vorüberprüfung zu unterziehen. Aus diesem Grunde dürfte die Beschränkte Ausschreibung nach öffentlichem Teilnahmewettbewerb, im Ausnahmefall die freihändige Vergabe, die richtige Vergabeart sein. Oberhalb der EU-Schwellenwerte kann dementsprechend das Nichtoffene Verfahren oder im Ausnahmefall das Verhandlungsverfahren gewählt werden.

3.2. Besteht die Gegenleistung nicht in einem Recht auf Nutzung der baulichen Anlage, ist die Sanierung von Denkmälern und Kunstwerken als Bauleistung nach VOB/A einschließlich eines Finanzierungskonzeptes auszuschreiben. Zur Wahl der Vergabeart siehe Nr. 3.1.

3.3. Es ist sicherzustellen, dass sämtliche im Rahmen der Überlassung von Vermarktungs- bzw. Nutzungsrechten erzielten Einnahmen der betreffenden

Maßnahme Berlins zufließen. Der Nachweis ist nachvollziehbar durch Rechnungslegung zu erbringen.

4. Soweit dem Dritten Werberechte eingeräumt werden sollen, sind insbesondere folgende Inhalte verbindlich festzulegen:

4.1. Art und Umfang der Werbung

4.2. Einhaltung der folgenden Vorschriften/Regelwerke:

- die Verwaltungsvorschriften über Werbung, Handel, Sammlungen und politische Betätigung in und mit Einrichtungen des Landes Berlin (VV Werbung) vom 11. Januar 2011, veröffentlicht im Amtsblatt für Berlin, Nr. 4 vom 28.01.2011, S. 126 (Fundstelle im Intranet der Berliner Verwaltung).
- die Bauordnung für Berlin (BauO Bln) bzw. das Berliner Straßengesetz (BerlStrG),
- das Denkmalschutzgesetz Berlin (DSchG Bln),
- örtliche Gestaltungsverordnungen,
- Stadtbild Berlin, Werbekonzept

4.3. Dauer der Werbung

Die Dauer der Werbung ist zeitlich zu begrenzen und vertraglich so von der Dauer der Maßnahme zu entkoppeln, dass eine Verlängerung der Baumaßnahmen in keinem Fall zu einer automatischen Verlängerung des Rechts auf Vermarktung von Flächen führt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Baugerüste für Werbeanlagen höchstens für die Dauer von sechs Monaten genutzt werden dürfen und dass diese Werbeanlagen dem vereinfachten Baugenehmigungsverfahren nach § 63a BauO Bln unterliegen.

Die Vorgaben aus dem Rundschreiben VI MB Nr. 55 / 2021 Schutzplanen und Werbeanlagen an Baugerüsten vom 15. Dezember 2021 sind zu berücksichtigen.

Die Werbeanlagen sind nach Ablauf des Rechts auf Vermarktung innerhalb von zwei Wochen zu entfernen und in den Fällen, in denen sie zugleich der Sicherung der Baustelle dienen (z. B. als Plane an Baugerüsten), durch neutrale Teile zu ersetzen.

5. Weiterveräußerung von Werberechten

Bei einer Weiterveräußerung seiner Werberechte durch den Dritten hat der Erwerber die gleichen Auflagen zu befolgen wie der ursprüngliche Inhaber der Werberechte.