

**Vertrag zur Verkehrsmittelwerbung und  
Werbung auf Liegenschaften (Los 1)**

zwischen

**Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB) GmbH**

**Georgiring 3**

**04103 Leipzig**

- im Folgenden LVB genannt -

und

**<Vertragspartner>**

- im Folgenden Konzessionärin genannt -

## Inhaltsverzeichnis

Präambel .....	3
§ 1 Vertragsgegenstand .....	4
§ 1a Werberecht in und an Fahrzeugen .....	4
§ 1b Werberecht auf Liegenschaften.....	5
§ 2 Freigabeverfahren von Werbemaßnahmen und Regelungen bei Verstößen .....	6
§ 3 Fahrzeugbereitstellung .....	8
§ 4 Anbringen und Entfernen von Verkehrsmittelwerbung .....	9
§ 5 Dokumentation .....	12
§ 6 Umgang mit Schäden an Verkehrsmittelwerbung.....	12
§ 7 Haftung.....	13
§ 8 Werbung im Interesse der LVB sowie der Konzessionärin .....	14
§ 9 Übernahme von Verträgen mit Werbekunden aus bisherigem Konzessionsvertrag sowie Maßnahmen der Eigen- und Kooperationswerbung .....	15
§ 10 Vergütung und Abrechnung.....	16
§ 11 Bürgschaft .....	18
§ 12 Übertragung der Rechte aus diesem Vertrag .....	18
§ 13 Verantwortliche Ansprechpartner der Konzessionärin und der LVB.....	19
§ 14 Vertraulichkeit.....	19
§ 15 Vertragsdauer.....	20
§ 16 Mindestlohngesetz (MiLoG).....	21
§ 17 Salvatorische Klausel, Schriftformklausel .....	21
§ 18 Schlussbestimmungen.....	22
Anlagen .....	23

## **Präambel**

Die Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB) GmbH erbringen Leistungen des öffentlichen Personennahverkehrs auf dem Leipziger Stadtgebiet. Als Tochterunternehmen der Leipziger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft mbH stehen sie gemeinsam mit den Leipziger Stadt- und Wasserwerken als wichtiger Erbringer von Leistungen der Daseinsvorsorge für die Leipziger Bevölkerung.

Die Leipziger Verkehrsbetriebe betreiben insgesamt 13 Straßenbahnlinien mit einer Gesamtlängelänge von 214,7 km. Dazu sind insgesamt 267 Straßenbahnfahrzeuge im Einsatz, welche in 2023 eine Jahresfahrleistung von 11,9 Millionen km erbracht haben.

Ferner werden 47 Buslinien mit einer Gesamtlängelänge von 714,8 km betrieben. Dazu sind insgesamt 170 Busse mit einer Jahresfahrleistung in 2023 von 10,3 Millionen km im Einsatz.

Mit mehr als 750 Haltestellen für Straßenbahnen und Busse, von denen über 50 % barrierefrei ausgebaut sind, ermöglicht die LVB einen komfortablen Zugang zum ÖPNV.

Dieser Vertrag regelt das Recht, Flächenwerbung auf dafür vorgesehenen Bereichen im Inneren sowie auf der Außenseite von Fahrzeugen im Fahrgastbetrieb (Bussen und Straßenbahnen) der LVB gemäß den Bestimmungen dieses Vertrages zu vermarkten. Darüber hinaus wird die Konzessionärin berechtigt, auf bestimmten Liegenschaften der LVB Werbeanlagen zu errichten und zu betreiben.

## **§ 1 Vertragsgegenstand**

1. Der Konzessionärin wird gegen Entgelt und im Rahmen der Bestimmungen dieses Vertrages das Recht übertragen, Flächenwerbung in und an Fahrzeugen der LVB zu Werbezwecken kommerziell zu vermarkten (im folgenden auch „Verkehrsmittelwerbung“) sowie auf deren Liegenschaften Werbeträger zu errichten und zu betreiben. Für die Flächenwerbung in und an den Fahrzeugen gilt dieses Recht exklusiv; für die Liegenschaften nicht.
2. Zur Durchführung der eingeräumten Rechte schließt die Konzessionärin in eigenem Namen und auf eigene Rechnung Verträge mit Werbekunden ab.
3. Die LVB behält sich das Recht vor, eigene Aufgaben oder Teilaufgaben aus diesem Vertrag auf Dritte zu übertragen. Insofern für die Vertragsabwicklung relevant, werden diese Dritten in Anlage 13 benannt.
4. Ungeachtet ihrer eigenen Verantwortung und Haftung gegenüber der LVB ist die Konzessionärin im Rahmen der Vertragserfüllung befugt, Dritte entweder bereits benannt oder von der LVB noch zu bestätigen, zu beauftragen.
5. Die Konzessionärin holt alle notwendigen behördlichen Genehmigungen ein und trägt etwaige Kosten.
6. Die Konzessionärin erhält das Recht, auf der Internetpräsenz der LVB für die Vermarktung von Flächenwerbung in Form und Umfang, welcher mit der LVB abzustimmen und von dieser freizugeben ist, zu werben.

### **§ 1a Werberecht in und an Fahrzeugen**

1. Die Konzessionärin ist berechtigt, zur Umsetzung der ihr eingeräumten Rechte nach § 1 Abs. 1 die entsprechenden Werbemittel in und an Fahrzeugen der LVB anzubringen. Fahrzeuge im Sinne dieses Vertrages sind Straßenbahnen und Busse der LVB, welche in Anlage 1a zum Vertrag definiert sind. Die Straßenbahnfahrzeuge werden in 15-Meter-Einheiten gemessen; die Busse nach Fahrzeuganzahl (1 Bus entspricht einer Einheit). Die LVB garantiert jährlich eine durchschnittliche Anzahl von 550 Einheiten. Anlage 1a wird in der Regel jährlich aktualisiert, um Änderungen im Fahrzeugpark Rechnung zu tragen. Falls aus der aktualisierten Anlage 1a hervorgeht, dass die garantierte Anzahl von 550 Einheiten an Fahrzeugen um mehr als 10 % unterschritten wird, verständigen sich die Vertragsparteien hinsichtlich einer Anpassung der Grundvergütung. Flächenwerbung im Sinne dieses Vertrages ist auf die Innen- und Außenbereiche der Fahrzeuge, welche in Anlage 2a zum Vertrag definiert sind, begrenzt. In diesem Rahmen ist auch Ganzwagenbeklebung zulässig. Anlage 2 wird in der Regel jährlich aktualisiert, um etwaigen Änderungen Rechnung zu tragen.

2. Die LVB behält sich das Recht vor, Neufahrzeuge in der Regel für drei Jahre von der Vermarktung der Außenbereiche auszuschließen, um Gewährleistungsansprüche gegen den Fahrzeughersteller nicht zu gefährden. Insbesondere für langjährige Vermarktungsverträge kann im Einzelfall von dieser Regel nach gesonderter Bewertung durch die LVB abgewichen werden.
3. Die Werbereichweite im Sinne dieses Vertrages ist im Rahmen von Anlage 3 (Liniennetz) definiert. Anlage 3 wird in der Regel jährlich aktualisiert, um etwaigen Änderungen Rechnung zu tragen. Die LVB entbindet sich explizit von der Zusicherung bestimmter Mindestumlaufzeiten sowie der Sicherstellung des Einsatzes bestimmter Fahrzeuge auf bestimmten Linien.
4. Die LVB behält sich das Recht vor, Dritten die Möglichkeit zur unentgeltlichen Werbung in und an ihren Fahrzeugen auch außerhalb der in Anlage 2a definierten Bereiche zu geben. Im Falle dessen wird die LVB die Konzessionärin darüber informieren. Eventuell hieraus entstehende Kosten fallen der Konzessionärin nicht zur Last.

## **§ 1b Werberecht auf Liegenschaften**

1. Die LVB überträgt der Konzessionärin das Recht zur Errichtung und Bewirtschaftung von Werbeträgern auf den Liegenschaften, über die der LVB das Verfügungsrecht zusteht („Werberecht“). Diese sind in Anlage 1b benannt. Im Rahmen des Werberechts ist die Konzessionärin zur Errichtung und zum Betrieb folgender Werbeträgerarten (kurz: Werbeträger) berechtigt:
  - Großflächen freistehend oder Wandmontage (18/1-Format, unbeleuchtet oder beleuchtet)
  - City Stars (Großflächen auf Monofuß, ein- oder doppelseitig, 18/1-Format, beleuchtet)
  - Mega-Lights (ein- oder doppelseitig, Werbefläche im 18/1-Format mit Wechslervorrichtung, hinterleuchtet)
  - Digitale Mega-Lights (ein- oder doppelseitig, digitaler Screen im Format 9 bis 10,5 m<sup>2</sup>)
2. Das Werberecht umfasst auch gestalterische und/oder technische Weiterentwicklungen der genannten Werbeträger und Umrüstungen auf elektronische Anzeigeformate. Des Weiteren umfasst das Werberecht – nach schriftlicher Zustimmung der LVB – auch die Ausstattung der Werbeträger zum Zwecke der werblichen Nutzung mit Komponenten zum Betrieb kommunikationstechnischer Einrichtungen (z.B. Bluetooth, WLAN, Mobilfunk, iBeacon etc.). Dabei wird die Konzessionärin die jeweils gültigen gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz beachten bzw. etwaige Betreiber der kommunikationstechnischen Einrichtungen zur Beachtung verpflichten.

3. Sämtliche mit der Genehmigung, Errichtung, Strom-/Datenversorgung, Bewirtschaftung und dem Betrieb von Werbeträgern inklusive deren Weiterentwicklungen verbundenen Aufgaben und Verantwortlichkeiten sowie damit einhergehende Kosten sind von der Konzessionärin zu tragen.
4. Die LVB behält sich das Recht vor, ihre Zustimmung bzw. Genehmigung zu Werbeträgern im Einzelfall zu widerrufen oder die Versetzung zu verlangen, falls dies aus Gründen der Verkehrssicherheit oder wegen des Verlustes der Verfügungsmacht oder aus sonstigen wichtigen Gründen, die im öffentlichen Interesse liegen, erforderlich wird. Bei einer aus den vorgenannten Gründen erforderlich werdenden Umsetzung oder Beseitigung von Werbeträgern hat die Konzessionärin dies auf Verlangen der LVB innerhalb einer im Einzelfall von der LVB zu bestimmenden angemessenen Frist auf eigene Kosten zu veranlassen. Die LVB wird sich in angemessenem Umfang bemühen, bei erforderlichen Abbauten gleichwertige Ersatzstandorte anzubieten.
5. Die von der Konzessionärin errichteten Werbeträger gehen bei Beendigung des Vertragsverhältnisses auf Verlangen der LVB, das diese bis 6 Monate vor Vertragsende schriftlich zu erklären hat, gegen eine angemessene Entschädigung (Zeitwert) in deren Eigentum über. Verzichtet die LVB auf die Ankaufoption, so ist die Konzessionärin verpflichtet, die Werbeträger binnen drei Monaten nach Ende der Vertragslaufzeit zu demontieren und den Ursprungszustand der Aufstellfläche auf ihre Kosten wieder herzustellen.
6. Die Konzessionärin hat ihre Werbeträger („Anlagen“) sowie die Aushänge stets in einem ordnungsgemäßen und gebrauchsfähigen Zustand zu erhalten und insbesondere für deren Säuberung, Lackierung und Pflege zu sorgen. Die Konzessionärin wird beschädigte, verschmutzte oder zerstörte Anlagen und Aushänge auf eigene Kosten unverzüglich wiederherstellen. Die Kosten für Reinigung, Wartung, Instandhaltung und Erneuerung der Anlagen trägt die Konzessionärin.

## **§ 2 Freigabeverfahren von Werbemaßnahmen und Regelungen bei Verstößen**

1. Für Verkehrsmittelwerbung gelten die Abs. 1 bis 6:

Die Anbringung und Verlängerung von Werbemaßnahmen bedarf eines vorherigen Antrags auf Freigabe an die LVB seitens der Konzessionärin. Die Ansprechpartner für die Freigabe seitens der LVB sind in Anlage 13 zum Vertrag benannt. Ausgenommen von der Freigabe sind die Bereiche der Fahrzeuginnenwerbung, welche unter Geltung von Anlage 2b und Anlage 7 als pauschal freigegeben zu betrachten sind.

2. Ein Antrag auf Freigabe muss mindestens beinhalten:
  - a. Finale Darstellung der beabsichtigten Werbemaßnahme,
  - b. gewünschte Fahrzeugtyp(en) inkl. Fahrzeugnummern,
  - c. Art und Anzahl der für die Nutzung beabsichtigten Werbeträger,
  - d. beabsichtigte Dauer der Werbemaßnahme, sowie
  - e. Darstellung, ob die beabsichtigte Werbemaßnahme weitergehende bauliche Veränderungen am Werbeträger (Innenwerbung) oder Fahrzeug (Außenwerbung) notwendig machen würden, die über die üblichen temporären baulichen Veränderungen im Zuge der Anbringung hinausgehen.
3. Für Werbeeinhalte gelten die in Anlage 7 zum Vertrag festgelegten Grundsätze.
4. Das Prüfergebnis wird der Konzessionärin durch die LVB grundsätzlich binnen 48 Stunden (montags bis freitags innerhalb der Bürozeiten 9 bis 16 Uhr) schriftlich mitgeteilt. Das Prüfergebnis kann wie folgt lauten:
  - a. Freigabe (gegebenenfalls unter Abänderung der gewünschten Fahrzeugnummern)
  - b. Ablehnung mit schriftlicher Begründung nach den in Anlage 7 festgelegten Grundsätzen und / oder nach Intervention der LVB-Betriebsleiter. Die Begründung kann auch das Einräumen der Möglichkeit zur Nachbesserung enthalten.
5. Die Entscheidung über die Ablehnung eines Werbeanliegens muss zwar begründet werden, jedoch obliegt die Einordnung dem freien Ermessen der LVB und ein Recht auf Widerspruch wird explizit ausgeschlossen.
6. Falls Werbemaßnahmen durchgeführt wurden, für welche keine Freigabe erteilt worden ist, sind diese unverzüglich nach Aufforderung seitens der LVB durch die Konzessionärin zum nächstmöglichen Bereitstellungszeitpunkt zu entfernen. Erfolgt dies nicht, behält sich die LVB das Recht vor, betreffende Werbemaßnahmen selbst und auf Kosten der Konzessionärin zu entfernen. Die Höhe der entsprechend anfallenden Stundensätze ist in Anlage 5 zum Vertrag festgelegt. Falls wiederholt Verstöße gegen § 2 Abs. 1 erfolgen, behält sich die LVB das Recht vor, die Zahlung einer Vertragsstrafe durch die Konzessionärin in Höhe von 5% der in § 10 Abs. 2 für das jeweilige Jahr festgelegten Grundvergütung zu verlangen.
7. Im Ausnahmefall ist bereits freigegebene Werbung auf Basis von sich geänderter Rechtslage, begründeten Anforderungen des ÖPNV-Aufgabenträgers (Stadt Leipzig oder übergeordnet) oder bei nachträglicher Feststellung eines Verstoßes gegen Anlage 7 wieder zu entfernen; in diesem Fall verständigen sich die Vertragsparteien auf eine einvernehmliche Lösung hinsichtlich der Lastentragung. Die Konzessionärin hat Vorsorge zu treffen, dass solche nachträglichen Verkürzungen oder Aufkündigungen von Werbeverträgen zulässig sind und daraus keine Ansprüche des Werbekunden gegenüber den LVB auf Vertragserfüllung oder in Form von Regressforderungen entstehen.

Anlage 5 wird jährlich aktualisiert, um etwaigen Änderungen Rechnung zu tragen.

8. Für Werbung auf Liegenschaften gilt:

Die Konzessionärin entscheidet über die Annahme von Aufträgen für Werbemaßnahmen nach pflichtgemäßem Ermessen. Sie wird solche Werbemaßnahmen zurückweisen, deren Inhalt den Bestimmungen der Anlage 7 zuwiderläuft. Die Konzessionärin stellt die LVB von allen Ansprüchen frei, die Dritte wegen dem Inhalt der ausgehenden Werbung erheben.

### § 3 Fahrzeugbereitstellung

1. Die LVB stellt der Konzessionärin die gewünschten Fahrzeuge nach vorheriger schriftlicher Anmeldung zum Zweck der Anbringung, Instandhaltung oder Entfernung von Werbemaßnahmen grundsätzlich entgeltfrei zur Verfügung. Bestandteil der Anmeldung sind:
  - a. Der Zweck des Termins,
  - b. relevante Informationen über den notwendigen Zustand der Fahrzeuge zur ordnungsgemäßen Durchführung sowie
  - c. die geplante Dauer, welche jedoch ab Bereitstellung einen Zeitraum von 30 Stunden nicht überschreiten darf.

Eventuellen Vorgaben zu Umgebungstemperaturen o.ä. kann nicht immer entsprochen werden.

2. Die Ansprechpartner für die Anmeldung seitens der LVB sind in Anlage 13 zum Vertrag benannt.
3. Eine Anmeldung muss mindestens vier Wochen vor dem gewünschten Zeitpunkt erfolgen. Nach Rücksprache mit der LVB ist in Ausnahmefällen eine kürzere Anmeldefrist möglich. Ein bestätigter Termin zum Zugang muss seitens der Konzessionärin drei Werktage im Voraus nochmals aktiv bestätigt werden. Falls ein vereinbarter Termin seitens der LVB aufgrund betrieblicher Gründe nicht eingehalten werden kann, ist die Konzessionärin unverzüglich zu informieren.

Für die Realisierung einer Ganzflächenwerbung kann seitens der LVB wöchentlich die Bereitstellung von nur einem Straßenbahnfahrzeug und einem Bus garantiert werden. Die parallele Bereitstellung weiterer Fahrzeuge kann nur im Einzelfall bei ausreichender Betriebsreserve vereinbart werden.

4. Die LVB sichert zu, dass sich die Fahrzeuge zum Bereitstellungszeitpunkt in dem Zustand befinden, der gemäß § 3 Abs. 1b angefordert wurde. Dies wird zum Übergabezeitpunkt durch eine protokollierte Übergabe gemäß Anlage 11 zwischen einem Vertreter der LVB sowie der Konzessionärin festgehalten.



5. Die Bereitstellung erfolgt in der Regel auf den Betriebshöfen der LVB gemäß Anlage 4.
6. Mitarbeiter der Konzessionärin oder von ihr beauftragte Personen haben auf Liegenschaften der LVB (insbesondere Betriebshöfen) die in Anlage 12 zum Vertrag festgelegten Verhaltensregeln zu beachten und diese durch Unterschrift aktenkundig zur Kenntnis zu nehmen. Vertreter des Werbekunden dürfen nur nach vorheriger Anmeldung und schriftlicher Zustimmung durch einen gemäß Anlage 13 berechtigten Mitarbeiter der LVB die Liegenschaften der LVB in Begleitung eines Vertreters der Konzessionärin betreten. Die Verantwortung trägt die Konzessionärin.

Die LVB haftet nicht für Personen- oder Sachschäden, welche mit dem Aufenthalt von Fremdpersonal auf Liegenschaften der LVB in Zusammenhang stehen.

#### § 4 Anbringen und Entfernen von Verkehrsmittelwerbung

1. Das Anbringen, die Instandhaltung, die Entfernung von Werbemaßnahmen sowie – falls zutreffend – der Entwurf und die Herstellung von Werbemitteln erfolgen durch die Konzessionärin zu eigenen Kosten. Fahrzeugbauliche Maßnahmen im Zuge der genannten Fälle, insbesondere Ab- und Anbau von Fahrzeugbestandteilen, erfolgen durch die LVB und sind kostenseitig für die Konzessionärin mit der Zahlung der Grundvergütung gemäß § 10 Abs. 2 pauschal abgegolten.
2. Schäden an Fahrzeugen der LVB, die im Zuge des Anbringens, des Vorhandenseins, der Instandhaltung oder der Entfernung von Werbemaßnahmen entstehen, werden durch die LVB oder ein Unternehmen ihrer Wahl behoben. Die Konzessionärin beteiligt sich mit **XX,X % [Gegenstand des Angebotes, mind. jedoch 50 %]** an den entstehenden Kosten zzgl. Umsatzsteuer. Sofern der Schaden durch ein grob fahrlässiges oder vorsätzliches Verhalten der Konzessionärin oder von ihr beauftragter Dritter entstanden ist, trägt diese die Kosten allein.
3. Für den Fall, dass die Durchführung von Werbemaßnahmen weitere bauliche Veränderungen im Sinne von § 2 Abs. 2e notwendig machen, so werden diese durch die LVB oder ein Unternehmen ihrer Wahl sowohl umgesetzt, als auch nach Beendigung der Werbemaßnahme in den Vorzustand zurückversetzt. Die Kosten hierfür trägt die Konzessionärin gemäß Anlage 5.
4. Für den Fall, dass die Zeit gemäß § 3 Abs. 1c überschritten wird, ist die Konzessionärin bei eigenem Verschulden der LVB gegenüber für entstehende Vorhaltekosten gemäß Anlage 5 ersatzpflichtig. Dies gilt ebenfalls für den Fall, dass bei der Anmeldung die Überschreitung

mit der LVB abgestimmt wurde; beispielsweise, wenn der Werbekunde bis zu einem Präsentationstermin die Sperrung des betreffenden Fahrzeugs für den Fahrgastbetrieb wünscht.

5. In und an Fahrzeugen angebrachte Informationen, Hinweise und Kennungen sowie technische Einrichtungen dürfen durch Werbemaßnahmen nicht in ihrer Wirkung oder Funktionalität beeinträchtigt werden. Wartungsklappen sind so zu bekleben, dass sie geöffnet werden können. Be- und Entlüftungsschlitze sind frei zu halten. Folien an Karosserie-Fugennähten müssen eingeschnitten werden, um ein Reißen der Folie zu vermeiden.
6. Die Konzessionärin ist für den ordnungsgemäßen Zustand der Werbemaßnahmen während des Nutzungszeitraumes verantwortlich. Ein abweichender Zustand, welcher durch die LVB weder vorsätzlich, noch grob fahrlässig verursacht wurde, ist seitens der Konzessionärin, nach Meldung durch die LVB und zur nächstmöglichen Gelegenheit der Bereitstellung des Fahrzeugs durch die LVB, auf Kosten der Konzessionärin abzustellen. Dies gilt insbesondere auch für Graffiti-Schäden. Falls der abweichende Zustand eine Gefahr für die Betriebssicherheit des Fahrzeugs oder die Sicherheit von Fahrgästen, Personal oder anderen Verkehrsteilnehmern darstellt, kann die LVB den Zustand auch kurzfristig selbstständig abstellen. Die Kosten trägt die Konzessionärin entsprechend der Stundensätze gemäß Anlage 5.
7. Zum Zwecke der Risikominimierung sind ausschließlich Klebemittel zu verwenden, welche dem aktuellen Stand der Technik entsprechen und zugelassen sind sowie bei denen davon auszugehen ist, dass eine Haltbarkeit über die geplante Dauer der Werbemaßnahme gewährleistet ist. Entsprechende Folienvorgaben sind Anlage 2a zu entnehmen. Bei Verlängerungen der ursprünglichen Werbemaßnahmen ist dies erneut zu prüfen und weiterhin zu gewährleisten.
8. Bei der Auswahl der Materialien der Werbemittel ist zu gewährleisten, dass diese gegen die bei der LVB verwendeten Reinigungsmittel (Anlage 6 zum Vertrag) sowie mechanische Belastungen, bei Außenwerbung insbesondere durch die Waschanlage, beständig sind.
9. Die Ordnungsmäßigkeit der Anbringung von Werbemaßnahmen wird mittels einer protokollierten Abnahme durch einen Vertreter der LVB sowie der Konzessionärin festgestellt (Protokollvorlage in Anlage 11 zum Vertrag).
10. Die Ordnungsmäßigkeit der erfolgten Instandhaltung von Werbemaßnahmen wird mittels einer protokollierten Abnahme durch einen Vertreter der LVB sowie der Konzessionärin festgestellt (Protokollvorlage in Anlage 11 zum Vertrag).
11. Die Ordnungsmäßigkeit der Entfernung von Werbemaßnahmen und die Wiederherstellung des werbefreien Vorzustandes (gemäß Abnahmeprotokoll nach Anbringung) des betreffenden Fahrzeuges werden mittels einer protokollierten Abnahme durch einen Vertreter der LVB sowie der Konzessionärin festgestellt (Protokollvorlage in Anlage 11 zum Vertrag). Falls

die Entfernung nicht ordnungsgemäß erfolgt ist und Nachbesserungen erforderlich werden, trägt die Konzessionärin eventuell entstehende Kosten, die aus dem zeitlichen Verzug sowohl seitens von Werbekunden (verspäteter Beginn von Anschlusswerbung), als auch seitens der LVB (verlängerte Bereitstellung der Fahrzeuge) anfallen. Für Letzteres werden die Vorhaltekosten gemäß Anlage 5 in Rechnung gestellt. Hiervon ausdrücklich ausgenommen sind die in § 4 Abs. 2 geregelten Sachverhalte.

12. Die Entfernung von Werbemaßnahmen hat rückstandslos zu erfolgen. Im Falle einer Abweichung behält sich die LVB das Recht vor, eine Nachreinigung durchzuführen und die Kosten dafür der Konzessionärin in Rechnung zu stellen. Die Höhe der entsprechend anfallenden Stundensätze ist in Anlage 5 zum Vertrag festgelegt.
13. Falls betriebliche Gründe (z. B. vorgezogene Hauptuntersuchungen, Übergang in Reserve bzw. Abstellung) oder der Untergang von Fahrzeugen eine Entfernung von Werbemaßnahmen vor Ablauf der vereinbarten Belegungsdauer erforderlich machen, ist die Konzessionärin durch die LVB unverzüglich zu informieren. Die Konzessionärin soll in dem Fall zunächst versuchen, dem Werbekunden eine Ersatzmöglichkeit zur Werbung zu ermöglichen. Entstehende Kosten, u. a. für Neuinstallationen, kann die Konzessionärin im Rahmen der Umsatzbeteiligung gegenüber der LVB gemäß § 10 Abs. 4d in Anrechnung bringen. Falls dieser Versuch scheitert, kann die Konzessionärin die ihr gemäß § 10 Abs. 3 gewährte Umsatzbeteiligung an den entfallenden Werbeeinnahmen sowie ggf. noch nicht amortisierte technische Kosten gegenüber der LVB im Rahmen der Umsatzbeteiligung anzeigen. Im Anschluss daran werden beide Parteien eine einvernehmliche Lösung über die Verteilung der Kosten herbeiführen. Vor Übernahme von etwaigen Kosten durch die LVB sind diese durch die Konzessionärin jeweils glaubhaft zu machen.
14. Die Konzessionärin erhält täglich von der LVB einen Bericht über den Schadstand der Fahrzeugflotte, welcher auch die prognostizierte Ausfalldauer (Fahrzeug nicht im Fahrgastbetrieb) beinhaltet. Ist der Ausfall eines Fahrzeugs auf dringende betriebliche Gründe zurückzuführen und dauert länger als sieben Tage in Folge innerhalb eines Kalendermonats an, so ist die Konzessionärin angehalten, eigenständig mit dem betroffenen Werbekunden eine einvernehmliche Lösung herbeizuführen mit dem vorrangigen Ziel, die Belegungsdauer zu verlängern.  
Sollten mehr als 20 % der gemäß jährlich zu aktualisierender Anlage 1a zur Vermarktung freigegebenen Fahrzeuge für mehr als vier zusammenhängende Tage nicht im Fahrgastbetrieb eingesetzt werden, verständigen sich die Vertragsparteien hinsichtlich einer Anpassung der Grundvergütung. Dies gilt jedoch nicht, wenn der Nichtbetrieb auf höhere Gewalt, insbesondere Streik und Extremwetterereignisse, zurückzuführen ist.
15. Wechselrahmen für Werbemittel (Innenplakat A3, hochkant) sind in den Fahrzeugen vorhanden und werden in Neufahrzeugen durch die LVB auf deren Kosten angebracht. Eine

festgelegte Anzahl der Wechselrahmen je Fahrzeugtyp wird von den LVB selbst genutzt. Für diesen Teil der Wechselrahmen gelten die übertragenen Rechte gemäß § 1 und § 1a nicht. Der verbleibende Teil der Wechselrahmen wird in Anlage 2b dokumentiert und an die Konzessionärin zur Vermarktung in ordnungsgemäßem Zustand übergeben. Im Falle von Beschädigungen des Rahmens durch die Konzessionärin ist diese gegenüber der LVB anzeigepflichtig und trägt die Ersatzkosten. Die LVB stellt eine entsprechende Rechnung an die Konzessionärin. Bei Beschädigung des Werbemittels (Plakat) ist die Konzessionärin zum Austausch auf eigene Kosten verpflichtet.

## **§ 5 Dokumentation**

1. Die Konzessionärin erstattet der LVB monatsweise, jeweils für den Vormonat, in elektronischer Form Bericht bzgl. dieses Vertrages. Berichtsgegenstand sind dabei alle Verträge mit Werbekunden, welche die LVB betreffen und welche im Berichtszeitraum geschlossen wurden oder bei denen sich Änderungen ergeben haben. Die Berichterstattung beinhaltet für Neuverträge mindestens die nachfolgenden Aspekte:
  - a. Name und Sitz des Werbepartners,
  - b. Art der Werbung,
  - c. Fahrzeugtypen und –nummern, welche für die Maßnahmen geplant sind,
  - d. Beginn und Ende der Vertragslaufzeit sowie Informationen zu etwaigen Verlängerungsoptionen sowie
  - e. Vergütung (monatlicher Umsatz)
  - f. Anfallende Spezialmittlervergütung, Agenturprovision, gewährte Rabatte.
2. Die Konzessionärin übermittelt der LVB quartalsweise, innerhalb von 2 Wochen nach Quartalsbeginn, jeweils für das Vorquartal, eine gesonderte Aufstellung der gesamten angefallenen Werbeeinnahmen im Berichtszeitraum untergliedert nach einzelnen Werbepartnern und den mit diesen abgeschlossenen Werbevertragslaufzeiten.
3. Die Berichterstattung erfolgt gemäß den Vorlagen in Anlage 10 zum Vertrag.

## **§ 6 Umgang mit Schäden an Verkehrsmittelwerbung**

1. Schäden an Werbemitteln, welche seitens der LVB festgestellt werden, werden unverzüglich an die Konzessionärin mitgeteilt. Die Benachrichtigung erfolgt in Schriftform, wobei eine E-Mail dem Schriftformerfordernis genügt. Die Konzessionärin muss zur nächstmöglichen Gelegenheit der Bereitstellung des Fahrzeugs durch die LVB den Grundzustand des Werbemittels wiederherstellen. Abweichungen aufgrund umfangreicher notwendiger Reparaturen sind nach Abstimmung möglich.

2. Sollte der Schaden an den Werbemitteln durch die LVB oder ein mit ihr verbundenes Unternehmen vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht worden sein, so haftet dieses schädigende Unternehmen. Dieses gilt auch bei Schäden, die beim Betrieb der Fahrzeuge verursacht werden. In allen anderen Fällen ist die Haftung ausgeschlossen. Dieses gilt insbesondere für entgangenen Gewinn, es sei denn, die Fahrzeuge sind durch die LVB nicht termingerecht bereitgestellt worden. Sollte es auf Grund einer Streckenführung wiederholt (d.h. öfter als viermal im Jahr) zu Schäden an bestimmten Fahrzeugstellen kommen, ersetzt die LVB die durch die Reparatur der Werbefolie entstehenden Kosten.
3. Bei Schäden im Rahmen von Verkehrsunfällen gilt folgendes:
  - a. Wird bei einem Verkehrsunfall lediglich die Werbefolie beschädigt, wird die LVB der Konzessionärin, soweit bekannt, den Namen des Unfallgegners und/ oder der Versicherung zur eigenständigen Bearbeitung des Falles übermitteln.
  - b. Werden bei einem Verkehrsunfall sowohl die Werbefolie als auch das Fahrzeug beschädigt und ist ein Verursacher bekannt, so werden die Schäden an der Werbefolie durch die LVB im Rahmen der Schadenssachbearbeitung mit geltend gemacht. Hierzu übersendet die Konzessionärin der LVB eine Kostenaufstellung zwecks Beitreibung beim Unfallgegner. Eingehende Zahlungen werden unverzüglich an die Konzessionärin weitergeleitet. Für die Leistung der LVB zahlt die Konzessionärin eine pauschale Kompensation i. H. v. 5.000,- EUR/Jahr netto, fällig jährlich am 15.01. nach Rechnungsstellung.
4. Die Beseitigung von Schäden an Werbemitteln, für die kein Verursacher festgestellt werden kann, führt die Konzessionärin auf eigene Kosten durch.

## **§ 7 Haftung**

1. Die Konzessionärin haftet unbeschränkt für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.
2. Für einfache Fahrlässigkeit haftet sie – außer im Falle der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit – nur, sofern wesentliche Vertragspflichten (Kardinalpflichten) verletzt werden. Die Haftung ist begrenzt auf den vertragstypischen und vorhersehbaren Schaden. Die Konzessionärin ist verpflichtet, auf eigene Kosten eine Betriebshaftpflichtversicherung in Höhe von 10 Mio. EUR je Schadensereignis, zweifach maximiert je Versicherungsjahr, abzuschließen.
3. Vorstehende Haftungsbeschränkungen bzw. -ausschlüsse gelten jedoch nicht für eine gesetzlich zwingend vorgeschriebene verschuldensunabhängige Haftung (z. B. gemäß Produkthaftungsgesetz) oder die Haftung aus einer verschuldensunabhängigen Garantie.

4. Soweit die Haftung nach § 7 Abs. 2 ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung der Angestellten, Arbeitnehmer, Vertreter, Organe und Erfüllungsgehilfen der Konzessionärin.
5. Sofern durch die Konzessionärin oder ihre Erfüllungsgehilfen im Rahmen von Arbeiten zur Erfüllung des Vertragsgegenstandes Fahrzeuge der LVB beschädigt werden, behält sich die LVB das Recht vor, diese durch eigene Werkstätten zu beheben und entsprechende Kosten einschließlich deren für den Fahrzeugausfall der Konzessionärin in Rechnung zu stellen. Die entsprechenden Vorhaltekosten und Personalkostensätze sind in Anlage 5 festgehalten. Es gilt die gesetzliche Haftung. Die Exkulpation gem. § 831 Abs. 1 Satz 2 BGB ist ausgeschlossen.
6. Die Konzessionärin hat die LVB von Ansprüchen Dritter insbesondere hinsichtlich der Inhalte und Gestaltung der Werbung freizustellen und dies ihrerseits in den Verträgen mit den Werbekunden abzusichern. Im Falle der Werbeträger auf Liegenschaften gilt die Freistellung auch für Ansprüchen Dritter aufgrund der Aufstellung und des Vorhandenseins des Werbeträgers. Der Konzessionärin obliegt die Verkehrssicherungspflicht für die von ihr betriebenen Werbeträger.

## **§ 8 Werbung im Interesse der LVB sowie der Konzessionärin**

1. Zum jeweils aktuellem Zeitpunkt nicht vermarktete Werbeflächen an und in Fahrzeugen sowie auf Liegenschaften können auf Anfrage der LVB vorrangig für Eigenwerbung der LVB-Gruppe genutzt werden. Für Werbung auf Liegenschaften stehen der LVB verbindlich drei Buchungsdekaden zu.
2. Zum jeweils aktuellem Zeitpunkt nicht vermarktete Werbeflächen können auf Anfrage der LVB vorrangig für regionale, nichtkommerzielle Werbung von Kooperationspartnern der LVB genutzt werden.
3. Die übliche Zeitperiode für die Nutzung nach § 8 Abs. 1 und Abs. 2 beträgt bei Fahrzeugaußenwerbung 1 bis 3 Jahre, bei Fahrzeuginnenwerbung einen Monat und bei Werbung auf Liegenschaften eine Buchungsdekade. Abweichungen sind nach Absprache möglich.
4. Zum jeweils aktuellem Zeitpunkt nicht vermarktete und nicht für Eigen- oder Kooperationswerbung genutzte Werbeflächen können nachrangig für Eigenwerbung der Konzessionärin genutzt werden.
5. Das Anbringen, die Instandhaltung sowie die Entfernung von Eigen- und Kooperationswerbung in den der Konzessionärin gemäß § 4 Abs. 15 zugeschriebenen Wechselrahmen erfolgt durch die Konzessionärin.

6. Wenn Eigen- und Kooperationswerbung in Form von Außenwerbung erfolgt, besteht am jeweiligen Fahrzeug ein Anspruch auf Ausschließlichkeit, d. h. es darf keine parallele Werbung durch einen weiteren kommerziellen Werbepartner erfolgen.
7. Für Eigen- und Kooperationswerbung werden der LVB durch die Konzessionärin lediglich die Personal- und Materialkosten für die Anbringung, Instandhaltung und Entfernung auf Nachweis in Rechnung gestellt.  
Ferner erhält die LVB auch das Recht, die Produktion sowie das Anbringen und Entfernen von Eigen- und Kooperationswerbung eigenständig und unabhängig von der Konzessionärin umsetzen zu können.

## **§ 9 Übernahme von Verträgen mit Werbekunden aus bisherigem Konzessionsvertrag sowie Maßnahmen der Eigen- und Kooperationswerbung**

1. Altverträge mit Werbekunden aus dem bisherigen Konzessionsvertrag mit der Ströer Media Deutschland GmbH, welche sich über den hiesigen Vertragsbeginn hinaus erstrecken, werden laut bisherigem Vertrag im ersten Jahr (2026) so behandelt, als fielen sie in die Laufzeit des bisherigen Konzessionsvertrages. Entsprechende Werbeverträge werden bei Vertragschluss in Anlage 14 zum Vertrag aufgeführt. Diese Altverträge, welche über das erste Jahr (2026) hinauslaufen, sind mit Gültigkeit ab 01.01.2027 in Neuverträge zu den Konditionen dieses Konzessionsvertrages zu überführen. Mit der Überführung (ab dem 01.01.2027) entfallen sämtliche, gegebenenfalls auf die Grundvergütung gemäß § 10 Abs. 2 anzurechnende Abschläge, die aus der Fortführung der Altverträge resultieren. Bis zur Überführung der Altverträge (bis 31.12.2026) darf die Grundvergütung gemäß § 10 Abs. 2 nur in dem Umfang vermindert werden, wie die Konzessionärin eine anteilige Minderung des Vertragsgegenstandes nachweisen kann.
2. Altverträge mit Werbekunden gemäß § 9 Abs. 1 fallen gemäß bisherigem Konzessionsvertrag nach dessen Kündigung ab dem zweiten Gültigkeitsjahr (2027) dieses Konzessionsvertrages der LVB zu und gehen in die Verwaltung (= kaufmännische Betreuung) durch die Konzessionärin über.
3. Für den Fall, dass alte (bis 31.12.2025) und neue Konzessionärin (ab 01.01.2026) identisch sind, gehen die Altverträge mit Werbekunden automatisch in die Gültigkeit dieses Konzessionsvertrages über. Die Altverträge mit Werbekunden werden unmittelbar und vollständig dem Vertragsgegenstand zugerechnet. Die Grundvergütung ist ab 01.01.2026 wie in § 10 Abs. 2 bestimmt zu 100 % abschlagsfrei zu zahlen. § 9 Abs. 1 ist nicht anzuwenden.

4. Zum Vertragsbeginn bestehen diverse Maßnahmen der Eigen- und Kooperationswerbung gemäß § 8. Entsprechende Maßnahmen sind in Anlage 9 zum Vertrag aufgeführt. Diese Maßnahmen sind fortzuführen.

## § 10 Vergütung und Abrechnung

1. Für Werbeverträge mit Werbekunden wird ein für jedermann zugänglicher fester Preiskatalog, dessen Änderungen mit der LVB abgestimmt werden müssen, was maximal einmal jährlich erfolgen darf, zugrunde gelegt. Die Preisbildung muss unter gesonderter Ausweisung der nach § 10 Abs. 4 relevanten Bestandteile des Nettoumsatzes gegenüber der LVB offengelegt werden. Abweichungen vom Preiskatalog größer 25%, z. B. in Form von Rabatten, müssen der LVB zur Einwilligung unter Angabe von Gründen vorgelegt werden. Ansprechpartner für die Genehmigung seitens der LVB sind in Anlage 13 benannt.
2. Die Konzessionärin entrichtet für die ihr eingeräumten Rechte gemäß § 1 dieses Vertrages eine jährliche umsatzunabhängige Grundvergütung in Höhe von 950.000 € zzgl. Umsatzsteuer an die LVB.

Die Konzessionärin beteiligt die LVB jährlich mit **XX,X % [Gegenstand des Angebotes, mind. jedoch 75 %]** zzgl. Umsatzsteuer an dem Teil des Nettoumsatzes aus den ihr eingeräumten Rechten gemäß § 1 dieses Vertrages, der den Wert der Grundvergütung übersteigt. Ein Berechnungsbeispiel ist Anlage 8 zu entnehmen.

3. Der Nettoumsatz errechnet sich auf Nachweis aus dem in Anwendung der übertragenen Rechte aus diesem Vertrag erzielten Bruttoumsatz durch Werbekunden abzüglich darin enthaltener:
  - a. jeweils geltenden Umsatzsteuer,
  - b. Spezialmittlervergütungen, Agenturprovisionen, Rabatten und Skonti, sofern diese nicht an verbundene Unternehmen der Konzessionärin gewährt worden sind,
  - c. Forderungsausfällen,
  - d. etwaiger Unkosten gemäß § 4 Abs. 13

Ein Berechnungsbeispiel ist Anlage 8 zu entnehmen.

4. Für die Werbeträger auf Liegenschaften gelten zusätzlich § 10 Abs. 5 und 6:

Je genehmigten Standort zahlt die Konzessionärin eine jährliche Mietzahlung in Höhe von

- 400,00 € für Großflächen,
- 950,00 € für City Stars (je Seite) und
- 1.100,00 € für Mega-Lights und digitale Mega-Lights (je Seite).



Für die Einräumung des Werberechts zahlt die Konzessionärin an die LVB eine umsatzabhängige Vergütung aus dem mit der werblichen Vermarktung der vertragsgegenständlichen Werbeträger erzielten Netto-Umsatz („Umsatzpacht“).

Die zu zahlende Umsatzpacht beträgt für:

- Großflächen 41 %
- City Stars und Mega-Lights 30 %
- Mega-Lights digital 15 %.

5. Von der Umsatzpacht darf die Konzessionärin in Abzug bringen:
  - a. Kommunal- und Landessteuern und -Abgaben, die nach Nachtragsunterzeichnung in Kraft treten und eine Steuerpflicht auf Werbung und Medialeistungen begründen sowie
  - b. für die Werbeanlagen geleistete Sondernutzungsgebühren.
6. Die LVB behält sich das Recht vor, die Ordnungsmäßigkeit des ermittelten Nettoumsatzes jährlich durch einen von der LVB zu bestimmenden und zu beauftragenden unabhängigen Wirtschaftsprüfer prüfen und testieren zu lassen. Für das Honorar des Wirtschaftsprüfers kommt die Konzessionärin auf, sofern die Überprüfung eine Abweichung von mehr als 2% gegenüber dem von ihr gemeldeten Nettoumsatz ergibt. Wird eine geringere Abweichung festgestellt, so trägt die LVB die Honorarkosten. Wird im Rahmen der Prüfung ein abweichendes Ergebnis bzgl. der Endabrechnung festgestellt, so haben beide Parteien binnen zwei Wochen nach Zugang des Ergebnisses das Recht, ein Schiedsgutachten zu verlangen. Der Schiedsgutachter wird dabei vom Institut der Wirtschaftsprüfer e.V. (Düsseldorf) bestellt. Die Entscheidung des Schiedsgutachtens ist für beide Parteien bindend. Auf Basis der schiedsgutachterlichen Entscheidung muss ggf. eine geänderte Jahresrechnung erstellt werden. Die Verteilung der Kosten des schiedsgutachterlichen Verfahrens legt der Schiedsgutachter in sinngemäßer Anwendung der Vorschriften der §§ 91ff. ZPO fest.
7. Zahlungsfristen und -modalitäten:
  - a. Die Grundvergütung gemäß § 10 Abs. 2 sowie die Mietzahlung gemäß § 10 Abs. 5 werden durch die Konzessionärin jährlich in vier gleichen Teilen, jeweils zum Ende eines Quartals rückwirkend, nach Rechnungsstellung an die LVB gezahlt.
  - b. Die Konzessionärin legt der LVB bis zum 15.02. des folgenden Jahres eine Jahresendabrechnung für die Umsatzbeteiligung gemäß § 10 Abs. 3 sowie die Umsatzpacht gemäß § 10 Abs. 5 vor. Am 10. Werktag des Folgejahres ist eine Indikation der vorläufigen Endabrechnung zu liefern.  
Die Umsatzbeteiligung gemäß § 10 Abs. 3 sowie die Umsatzpacht gemäß § 10 Abs. 5 sind durch die Konzessionärin nach erfolgter Erstellung der Endabrechnung und gegebenenfalls Testierung durch den Wirtschaftsprüfer binnen vier Wochen nach Rechnungsstellung durch die LVB an diese zu zahlen.

- c. Alle Zahlungen aus den Bestimmungen dieses Vertrags sind grundsätzlich bargeldlos und in Euro zu leisten und binnen 30 Tagen (netto) fällig, sofern in den Einzelbestimmungen nichts Anderes geregelt ist.

## **§ 11 Bürgschaft**

1. Die Konzessionärin hat der LVB binnen vier Wochen nach Vertragsabschluss eine Vertragserfüllungsbürgschaft zu stellen. Sie ist in Höhe von 50% der jährlichen Grundvergütung gemäß § 10 Abs. 2 zu stellen und dient unter anderem zur Absicherung von Schlecht- oder Minderleistung, Nichtleistung oder Nichterfüllung, Verzug und jedweder weiteren Art von Schadenersatz und Mängeln.
2. Die Vertragserfüllungsbürgschaft ist von einem in der Europäischen Gemeinschaft oder in einem Staat der Vertragsparteien des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum oder in einem Staat der Vertragsparteien des WTO-Abkommens über das öffentliche Beschaffungswesen zugelassenen Kreditinstitut bzw. Kredit- oder Kautionsversicherer zu stellen. Konzernbürgschaften sind an dieser Stelle nicht zulässig.
3. Die Vertragserfüllungsbürgschaft ist verbindlich gemäß Vergabehandbuch des Bundes (VHB), Formblatt 421 „Vertragserfüllungs- und Mängelansprüchebürgschaft“, zu stellen. Die Vertragserfüllungsbürgschaft wird zurückgegeben, wenn der Vertrag endet und die Konzessionärin alle Leistungen vertragsgemäß erfüllt hat.
4. Solange die Konzessionärin die vertragsgemäße Bürgschaft nicht eingereicht hat, ist sie nicht berechtigt, von dem eingeräumten Werberecht Gebrauch zu machen und Werbung in oder an vertragsgegenständlichen Fahrzeugen anzubringen. Die zugesagte Mindestvergütung bleibt davon unberührt.

## **§ 12 Übertragung der Rechte aus diesem Vertrag**

1. Die Konzessionärin darf ohne schriftliche Zustimmung der LVB Rechte und Pflichten aus diesem Vertrag nicht an Dritte übertragen sowie Forderungen gegenüber Kunden nicht an Dritte abtreten oder verpfänden. Ausgenommen sind dabei die Pflichten zur Umsetzung des Vertragsgegenstandes, insbesondere der technischen Arbeiten. Ausgenommen ist weiterhin die sicherheitshalbere Abtretung von Kundenforderungen an Kreditinstitute.
2. Die Konzessionärin ist verpflichtet die LVB schriftlich zu informieren, falls sich bei ihr wesentliche gesellschaftsbezogene Änderungen ergeben, u.a. Wechsel der Geschäftsführung, Änderungen der Anteilseignerschaft oder Änderungen der Rechtsform.

## **§ 13 Verantwortliche Ansprechpartner der Konzessionärin und der LVB**

1. Beide Vertragsparteien benennen in Anlage 13 zum Vertrag Ansprechpartner für spezifische Regelungsinhalte dieses Vertrages sowie einen allgemeinen Ansprechpartner sowie dessen Stellvertreter. Die Benennung erfolgt unter der Angabe von Kontaktdaten (Telefonnummer und E-Mailadresse). Bei Änderungen ist die jeweils andere Vertragspartei unverzüglich in Schriftform unter Angabe der aktualisierten Daten zu informieren.
2. Zur Wahrung einer unmissverständlichen Kommunikation muss zumindest einer der Vortätigen (Vorarbeiter) über Deutschkenntnisse auf dem Niveau eines Muttersprachlers oder mindestens DaF B2-Zertifikat verfügen.

## **§ 14 Vertraulichkeit**

1. Soweit nicht nachstehend abweichende Regelungen getroffen sind, gilt folgender Grundsatz: Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse im Sinne des § 2 Nr. 1 GeschGehG, die der anderen Seite im Zusammenhang mit der Vorbereitung und Durchführung des Vertrags anvertraut oder bekannt gemacht wurden, sind vertraulich zu behandeln. Sie sind ausschließlich zur Durchführung dieses Auftrages zu verwenden. Sie dürfen nicht weitergegeben werden und auch nach Beendigung dieses Auftrages weder für sich noch für andere verwertet werden, es sei denn, der andere Vertragspartner stimmt dem schriftlich zu oder es bestehen gesetzliche Offenbarungspflichten. Sofern eine Vorlage oder Herausgabe dieses Vertrages und/ oder seiner Anlagen erforderlich ist, sind alle Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse zu schwärzen.
2. Beide Vertragspartner dürfen die vertraulichen Informationen nur solchen Personen ("Vertrauenspersonen") zugänglich machen, die an der Angebotserstellung oder Auftragsdurchführung beteiligt oder – etwa im Rahmen einer Aufsichtsgremienmitgliedschaft – befasst sind. Vertrauenspersonen können auch externe Dienstleister oder Berater sein, auch wenn diese keinen gesetzlichen Verschwiegenheitspflichten unterliegen sollten. Sie sind vertraglich zur Verschwiegenheit zu verpflichten.
3. Die Geheimhaltungsverpflichtung gilt auch nach Abwicklung dieses Vertrages. Sie erlischt erst dann, wenn und soweit das in den überlassenen Unterlagen, Abbildungen, Zeichnungen, Berechnungen und sonstigen Informationen enthaltene Fertigungswissen allgemein bekannt geworden ist.
4. Die wechselseitigen Rechte und Pflichten nach dem GeschGehG bleiben im Übrigen unberührt.
5. Die Parteien benachrichtigen sich jeweils gegenseitig unverzüglich über jeden von Dritten geltend gemachten Auskunftsanspruch, der sich auf Vorgänge der Geschäftstätigkeit einer

der anderen Parteien bezieht und werden keine Auskunft vor erfolgter Stellungnahme der betroffenen Partei erteilen. Im Falle eines entsprechenden Auskunftsanspruchs sind alle Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse zu schwärzen. Einem Auskunftsanspruch darf nur Folge geleistet werden, nachdem die jeweils andere Vertragspartei informiert worden ist.

## § 15 Vertragsdauer

1. Der Vertrag gilt vom 01.01.2026 bis zum 31.12.2030.
2. Eine außerordentliche Kündigung seitens der Vertragsparteien kann nur aus wichtigem Grund erfolgen. Ein solcher liegt insbesondere vor bei:
  - a. Insolvenz einer Vertragspartei,
  - b. Überschreitung der Zahlungsfristen um mehr als drei Monate,
  - c. Nichterfüllung von Vertragspflichten trotz zweimaliger Aufforderung
  - d. Wiederholte Verstöße gegen Vertragspflichten
  - e. behördlicher, gerichtlicher oder gesetzlicher Untersagung von Werbung im Sinne dieses Vertrages.
3. Die Kündigung muss in Schriftform mit Einschreiben und Rückschein erfolgen.
4. Bei außerordentlicher Beendigung des Vertrages ist die Konzessionärin verpflichtet, sämtliche Werbemittel aus Fahrzeugen der LVB bzw. von deren Oberfläche zum nächstmöglichen Bereitstellungszeitpunkt seitens der LVB zu entfernen, es sei denn, die LVB entbindet die Konzessionärin explizit von dieser Pflicht.
5. Die Konzessionärin bemüht sich, die Endzeitpunkte von Verträgen mit Werbekunden möglichst mit dem Endzeitpunkt dieses Vertrages zu synchronisieren. Sollte dies nicht möglich sein, so ist dies einerseits ausdrücklich im Quartalsbericht gemäß § 5 Abs. 1 zu vermerken, andererseits muss durch die Konzessionärin vertraglich die Möglichkeit dafür geschaffen werden, dass die Folgekonzessionärin oder die LVB in die Rechte und Pflichten dieser Verträge gemäß § 15 Abs. 7 ohne die Zustimmung der Werbekunden eintreten kann.
6. Durch die Konzessionärin muss vertraglich abgesichert werden, dass jegliche Ansprüche Dritter gegen die LVB, welche aus einer vorzeitigen Vertragsbeendigung erwachsen, ausgeschlossen sind, ausgenommen bei Beendigung aufgrund einer schuldhaften Vertragsverletzung seitens der LVB.
7. Im Falle der Vertragsbeendigung (sei es durch Ablauf des Vertrages gemäß § 15 Abs. 1 oder durch eine außerordentliche Kündigung gemäß § 15 Abs. 2 mit erfolgter Entbindung gemäß § 15 Abs. 4, Satz 2 werden die bereits abgeschlossenen und noch laufenden Werbeverträge während der ersten 12 Monate nach der Beendigung dieses Konzessionsvertrags so behandelt, als ob dieser fort gilt. Sollten über diesen Zeitraum hinaus noch Werbeverträge laufen,

so hat die LVB oder mit deren Zustimmung auch eine nachfolgende Konzessionärin das Recht, in diese Verträge einzutreten und diese in Neuverträge zu überführen. Eine Vergütung im Sinne einer Provision oder Auslöse wird hierfür nicht gezahlt. Die Konzessionärin ist verpflichtet, die rechtlichen Voraussetzungen für den Eintritt und die Überführung zu schaffen. Hierbei ist auch festzuschreiben, dass der jeweilige Werbekunde für die Beseitigung seines Werbemittels in und an den LVB-Fahrzeugen aufzukommen hat.

## § 16 Mindestlohngesetz (MiLoG)

1. Die Konzessionärin sichert der LVB zu, die Anforderungen des Mindestlohngesetzes, des SchwarzArbG und des AEntG bezüglich Arbeitnehmer, die von der Konzessionärin oder von Subunternehmern zur Leistungserbringung eingesetzt wurden, einzuhalten. Die LVB hat stets das Recht einen Nachweis in Form einer Bescheinigung eines Steuerberaters oder Wirtschaftsprüfers zu verlangen, der eine entsprechende Garantie zugunsten der LVB enthält; etwaige Kosten hierfür trägt die Konzessionärin.
2. Die LVB hat das Recht die eingesetzten Arbeitnehmer zur Zahlung des Mindestlohnes zu befragen. Verweigert ein Arbeitnehmer die Auskunft, wird die Konzessionärin sicherstellen, dass dieser bei der Leistungserbringung nicht mehr eingesetzt wird.
3. Soweit die LVB wegen der Verpflichtung der Konzessionärin auf Zahlung des Mindestentgelts an Arbeitnehmer, die von der Konzessionärin oder von Subunternehmern zur Leistungserbringung eingesetzt wurden, oder auf sonstige Zahlungen nach § 14 AEntG in Anspruch genommen wird, stellt die Konzessionärin sie von diesen Ansprüchen unabhängig von im Übrigen vereinbarter Haftungsbegrenzungen frei.
4. Die LVB kann nach eigener Wahl fristlos kündigen oder vom Vertrag zurücktreten und in beiden Fällen Schadenersatz verlangen, wenn ihr nachträglich bekannt wird, dass die Konzessionärin oder Subunternehmer schuldhaft das Mindestlohngesetz nicht einhalten oder ihren Pflichten aus Abs. 1 und Abs. 3 nicht binnen einer von ihm gesetzten angemessenen Frist nachkommen.

## § 17 Salvatorische Klausel, Schriftformklausel

1. Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages unwirksam oder undurchführbar sein oder nach Vertragsschluss unwirksam oder undurchführbar werden, bleibt davon die Wirksamkeit des Vertrages im Übrigen unberührt. An die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung soll eine unter angemessener Berücksichtigung der Parteiinteressen wirksame und durchführbare Regelung treten. Gleiches gilt für den Fall einer Regelungslücke.

2. Änderungen oder Ergänzungen des zustande kommenden Vertrages bedürfen des Schriftformerfordernisses. Dies gilt auch für die Abbedingung des Schriftformerfordernisses. Mündliche Nebenabreden bestehen nicht.

## **§ 18 Schlussbestimmungen**

1. Die Übertragung von Rechten und Pflichten aus dem Vertrag an Dritte – ausgenommen gesondert in diesem Vertrag geregelt – bedürfen der vorherigen schriftlichen Einwilligung der jeweils anderen Vertragspartei. Dabei gelten verbundene Unternehmen im Sinne § 15ff. AktG nicht als Dritte. Ausgenommen ist die sicherheitshalbere Abtretung von Kundenforderungen an Kreditinstitute.
2. Die Konzessionärin ist verpflichtet, die LVB schriftlich zu informieren, falls sich bei ihr wesentliche gesellschaftsbezogene Änderungen ergeben, u.a. Wechsel der Geschäftsführung, Änderungen der Anteilseignerschaft oder Änderungen der Rechtsform.
3. Die Anlagen sind wesentlicher Bestandteil des Vertrages.
4. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Leipzig.
5. Dieser Vertrag ist zweifach ausgefertigt, jede Vertragspartei erhält eine Ausfertigung.

## Anlagen

Anlage 1 Fahrzeugverzeichnis und Werbeträger-Standorte

Anlage 1 a: Fahrzeugverzeichnis

Anlage 1 b: bisherige Werbeträger-Standorte

Anlage 2 Werbeflächen an und in Fahrzeugen

Anlage 2 a: Werbeflächen an Fahrzeugen

Anlage 2 b: Werbemittel im Fahrzeuginneren

Anlage 3 Liniennetz

Anlage 4 Betriebshöfe der LVB

Anlage 5 Kostenverzeichnis der LVB

Anlage 6 Reinigungsmittel der LVB

Anlage 7 Inhaltliche Ausgestaltung (Ausschlüsse)

Anlage 8 Berechnungsbeispiel Vergütung

Anlage 9 Eigen- und Kooperationswerbung zu Vertragsbeginn

Anlage 10 Dokumentationsvorlage für Reporting

Anlage 11 Protokollvorlage für Abnahmen

Anlage 12 Verhaltensanweisungen auf LVB-Liegenschaften

Anlage 13 Ansprechpartner

Anlage 14 Bestehende Werbeverträge zu Vertragsbeginn

**Bitte beachten:** Alle grau markierten Anlagen werden erst mit Vertragsschluss übergeben.