



Konzessionsvertrag

zwischen dem

Kanton Basel-Stadt

als Konzedenten

vertreten durch das Bau- und Verkehrsdepartement

(nachstehend Konzedent genannt)

und der

XY

(nachstehend Konzessionärin genannt)

betreffend

**Sondernutzung für die Beanspruchung des öffentlichen Raumes
zur Plakatierung im Rahmen des Loses 5 (E-Panels Allmend & PLS)
für die Jahre 2028 bis 2034 bzw. bis maximal 2037**

Inhaltsverzeichnis

1.	AUSGANGSLAGE, GELTUNGSBEREICH, RECHTSGRUNDLAGEN UND VERTRAGSBESTANDTEILE	3
2.	SONDERNUTZUNGSRECHT UND LEISTUNGSGEGENSTAND	3
3.	BESTAND FLÄCHEN UND ANPASSUNGEN	4
4.	ABGABEN DER KONZESSIONÄRIN	4
5.	VERMARKTUNG UND PREISGESTALTUNG DER PLAKATFLÄCHEN	6
6.	REPORTING, REVISIONSSTELLE UND NACHFÜHRUNG IM GEOVIEWER	6
7.	GRUNDSÄTZE BETREFFEND TRÄGERMATERIAL	7
8.	PLAKATFLÄCHEN AM STÄDTISCHEN PARKLEITSYSTEM (PLS)	8
9.	TECHNISCHE VORGABEN E-PANELS	8
10.	SUBUNTERNEHMER	10
11.	WEITERE PFLICHTEN DER KONZESSIONÄRIN	10
12.	WIEDERHERSTELLUNG DES RECHTMÄSSIGEN ZUSTANDS BEI VERSTÖSSEN	10
13.	HAFTUNG	10
14.	GELTUNGSDAUER UND WIDERRUF DER KONZESSION	11
15.	SCHLUSSBESTIMMUNGEN	12

1. Ausgangslage, Geltungsbereich, Rechtsgrundlagen und Vertragsbestandteile

- 1.1 Ab 1. Januar 2028 wird das Recht zur Plakatierung auf öffentlichem Grund des Kantons Basel-Stadt für eine Laufzeit von mindestens 7 und höchstens 10 Jahren aufgeteilt in sieben Lose neu vergeben (Lose 1, 2, 3, 4, 5, 6a und 6b).
- 1.2 Der vorliegende Konzessionsvertrag betrifft das Recht zur Plakatierung gemäss Los 5.
- 1.3 Für die Plakatierung im öffentlichen Raum des Kantons Basel-Stadt und entsprechend auch für den vorliegenden Vertrag gelten insbesondere folgende Rechtsgrundlagen:
 - Bundesgesetz über den Binnenmarkt (BGBM; SR 943.02)
 - Gesetz über die Nutzung des öffentlichen Raums (NöRG; SG 724.100)
 - Verordnung zum Gesetz über die Nutzung des öffentlichen Raumes (NöRV; SG 724.110)
 - Gebührenverordnung zum Gesetz über die Nutzung des öffentlichen Raumes (SG 724.910)
 - Plakatverordnung des Kantons Basel-Stadt (SG 569.500)
 - Bau- und Planungsgesetz (BPG; SG 730.100)
 - Bau- und Planungsverordnung, (BPV; SG 730.110)
 - Ausführungsbestimmungen zur Bau- und Planungsverordnung (ABPV; SG 730.115)
- 1.4 Das Gesamtplakatierungskonzept (GPK), insbesondere der Plakatrichtplan als Bestandteil des vorliegenden Vertrags, bezeichnet seit 2004 die einzelnen Standorte und Formatgrößen sowie die stadtverträgliche Eignung der öffentlichen Räume für die Plakatierung (Beilage 4) und ist zwingend zu beachten.
- 1.5 Bestandteile des Vertrags sind in nachstehender Rangfolge:
 - a) Der vorliegende Konzessionsvertrag samt Beilagen
 - b) Die Ausschreibungsunterlagen
 - c) Das Angebot der Konzessionärin samt Beilagen
- 1.6 Soweit zwischen den hiervor aufgeführten Vertragsbestandteilen ein Widerspruch besteht, ist die vorgenannte Rangfolge für den Vorrang massgeblich. Besteht ein Vertragsbestandteil aus mehreren Dokumenten, geht bei Widersprüchen das zeitlich jüngere Dokument dem älteren vor. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Konzessionärin gelten nicht.

2. Sondernutzungsrecht und Leistungsgegenstand

- 2.1 Die Konzessionärin erhält das ausschliessliche Recht sowie die Pflicht, gegen Entrichtung des vereinbarten Entgelts den öffentlichen Raum durch Plakatierung an zugewiesenen Standorten gemäss Losbeschreibung (Ziff. 2.2 f.) in Anspruch zu nehmen, insb. durch Anbringen des Trägermaterials und Bespielung desselben.
- 2.2 Das Los 5 umfasst insgesamt 15 digitale E Panels (75" oder 85"). Die Standorte dieser Flächen sind über das Kantonsgebiet verteilt und ergeben sich aus der Flächenliste (Beilage 16).
- 2.3 Die Konzessionärin stellt dem Kanton für kantonale Kampagnen innerhalb der Betriebszeiten an sämtlichen digitalen Werbeflächen gemäss Los 5 jeweils einen unentgeltlichen Slot mit einer Dauer von mindestens 10 Sekunden pro Minute zur Verfügung. Es können maximal zwei verschiedene Kampagnen gleichzeitig laufen. Die Dauer pro Kampagne und Kontingent beträgt maximal 4 Wochen. Die Flächen müssen mindestens einen Monat vor der Nutzung bzw. Kampagne jeweils zum Monatsende reserviert werden. Digitale Werbeflä-

chen, die innert Frist nicht reserviert werden, stehen der Konzessionärin zur freien Verfügung (Merkblatt kantonale Kampagnen auf digitalen Werbeflächen, Beilage 9).

3. Bestand Flächen und Anpassungen

- 3.1 Das Mengengerüst und die Standorte ergeben sich aus der diesem Vertrag beiliegenden Flächenliste und gelten vorbehaltlich der nachfolgenden Bestimmungen als verbindlich. Die bestehenden Standorte verfügen grundsätzlich über die erforderlichen Bewilligungen. Soweit einzelne in der Flächenliste aufgeführte Standorte als neu, künftig zu realisieren, umzubauen oder bewilligungsabhängig bezeichnet sind, steht deren Realisierung unter dem Vorbehalt der Erteilung der erforderlichen rechtskräftigen Bewilligungen. Die Realisierung weiterer neuer Standorte setzt ebenfalls das Vorliegen der erforderlichen rechtskräftigen Bewilligungen voraus.
- 3.2 Auf Antrag der Konzessionärin können einzelne Standorte angepasst, aufgehoben oder durch andere Standorte ersetzt werden. Solche Änderungen bedürfen der vorgängigen schriftlichen Zustimmung des Konzedenten. Ein Anspruch auf Genehmigung entsprechender Änderungen besteht nicht. Die für die Änderung erforderlichen Bewilligungen und Nachweise sind durch die Konzessionärin auf eigene Kosten beizubringen.
- 3.3 Werden Standorte gemäss Ziff. 3.2 auf Antrag der Konzessionärin aufgehoben, ersetzt oder neu geschaffen, besteht kein Anspruch auf vollständigen Ersatz wegfallender Standorte. Die finanziellen Auswirkungen solcher Änderungen richten sich nach Ziff. 4.5 und 4.6.
- 3.4 Aufgrund von baulichen, verkehrspolizeilichen, betrieblichen, städtebaulichen oder anderen im öffentlichen Interesse liegenden Gründen kann der Konzedent Änderungen am Mengengerüst des zugeteilten Loses vornehmen. Dies umfasst insbesondere die Aufhebung, Verlegung, den Ersatz oder die Schaffung von Standorten. In diesen Fällen hat die Konzessionärin die erforderlichen Anpassungen auf eigene Kosten vorzunehmen, insbesondere bestehende Plakatstellen zu entfernen, zu versetzen oder neue Plakatstellen zu erstellen. Die finanziellen Auswirkungen auf die Fixabgabe richten sich nach Ziff. 4.5 und 4.6.
- 3.5 Ändert sich die Anzahl der verfügbaren Plakatflächen gegenüber der diesem Vertrag beiliegenden Flächenliste, wird die Fixabgabe gemäss Ziff. 4.5 und 4.6 in der entsprechenden Jahresabrechnung pro rata temporis angepasst.
- 3.6 Formatwechsel innerhalb des Loses sind nicht möglich.

4. Abgaben der Konzessionärin

- 4.1 Die Konzessionärin entrichtet für das Recht zur Plakatierung an den Plakatstellen des vorliegenden Loses eine jährliche Fixabgabe von [BETRAG] Franken (exkl. Mehrwertsteuer), welche auf jeden Fall geschuldet ist. Die Fixabgabe ist je zur Hälfte per 30. Juni und 31. Dezember zu entrichten.
- 4.2 Zusätzlich zur Fixabgabe schuldet die Konzessionärin eine Umsatzabgabe, sofern die gestützt auf den vereinbarten Umsatzabgabesatz berechnete Umsatzabgabe die Fixabgabe übersteigt. Die Umsatzabgabe wird jährlich für das jeweilige Vertragsjahr (1. Januar bis 31. Dezember) gestützt auf die von der Konzessionärin gemäss Ziff. 6.3 eingereichte Umsatzabrechnung ermittelt. Übersteigt die berechnete Umsatzabgabe die Fixabgabe, ist die Differenz zusätzlich geschuldet. Liegt die Umsatzabgabe unter oder auf Höhe der Fixabgabe, entsteht keine zusätzliche Zahlungspflicht. Eine zusätzlich geschuldete Umsatzabgabe ist bis spätestens 31. Januar des Folgejahres zu bezahlen.

Die Umsatzabgabe entspricht [x] % des von der Konzessionärin erzielten Netto/Netto-Umsatzes aller bewirtschafteten und vermarkteten Werbeflächen des vorliegenden Loses für das jeweilige Vertragsjahr (1. Januar bis 31. Dezember).

Der für die Berechnung der Umsatzabgabe massgebende Netto/Netto-Umsatz (exkl. MWST) berechnet sich wie folgt:

Brutto-Preis gem. publizierten Preisen

- Rabatte (KSR, Last-minute, JURA/Konzernrabatt etc.)

= Netto-Preis

- Beraterkommission für Agenturen

+ allfällige Zusatzleistungen

= Netto/Netto-Preis (Bemessungsgrundlage für die Umsatzabgabe)

+ MwSt.

= fakturierter Betrag

4.3 Die Abrechnung ist zu adressieren an:

Tiefbauamt/Allmendverwaltung
Zentraler Rechnungseingang F&C
Münsterplatz 11 / Postfach
4001 Basel

4.4 Die Fixabgabe wird nach fünf Jahren, d.h. per 1. Januar 2033, den veränderten Verhältnissen des Landesindex der Konsumentenpreise (LIK) angepasst, sofern dadurch Mehrerträge für den Kanton anfallen. Die Abgabe gemäss vorstehender Ziff. 4.1 basiert auf dem Stand des Landesindex der Konsumentenpreise vom Juni 2026 von [INDEX] Punkten (Basis Dezember 2025 = 100 Punkte). Die Anpassung an die Veränderung des Landesindex der Konsumentenpreise erfolgt zu 100%.

4.5 Ändert sich während der Vertragsdauer die Anzahl oder Zusammensetzung der dem jeweiligen Los zugeordneten Plakatstellen, wird die Fixabgabe entsprechend dem effektiv verfügbaren Bestand pro rata temporis angepasst.

Massgebend ist die Dauer, während welcher die betreffenden Plakatstellen der Konzessionärin tatsächlich zur Bewirtschaftung und Vermarktung zur Verfügung standen.

Die Anpassung erfolgt unabhängig davon, ob die Änderung auf Veranlassung des Konzessionärs, auf Antrag der Konzessionärin oder aufgrund behördlicher Anordnungen, baulicher Massnahmen oder anderer sachlicher Gründe erfolgt.

4.6 Die Anpassung der Fixabgabe erfolgt auf Grundlage des gewichteten, effektiv verfügbaren Flächenbestands pro rata temporis.

Die Anpassung der Fixabgabe erfolgt auf Basis der Summe eines gewichteten Flächenbestands. Dabei gelten folgende Gewichtungsfaktoren:

Typ	Faktor
Digitale E-Panels	6

Massgeblich ist der effektiv nutzbare Bestand der jeweiligen Flächen während des betreffenden Abrechnungsjahres.

Die Konzessionärin hat dem Konzedenten bis spätestens 15. Januar des Folgejahres eine nachvollziehbare Berechnung der aufgrund von Bestandsveränderungen vorzunehmenden Anpassung der Fixabgabe einzureichen. Die Berechnung hat sämtliche im betreffenden Abrechnungsjahr eingetretenen Bestandsveränderungen sowie die jeweilige Dauer der Verfügbarkeit der betroffenen Plakatstellen zu berücksichtigen. Der Konzedent prüft die eingereichte Berechnung und setzt die angepasste Fixabgabe fest.

5. Vermarktung und Preisgestaltung der Plakatflächen

- 5.1 Die Konzessionärin vermarktet, bewirtschaftet und bespielt sämtliche zugesprochene Werbeflächen laufend und aktiv durch kunden- und produktorientierte Marktbearbeitung nach hohem Qualitätsmassstab.
- 5.2 Sämtliche Kosten für die Vermarktungsaktivitäten und die Marktbearbeitung gehen zu Lasten der Konzessionärin.
- 5.3 Vermarktet die Konzessionärin die dem vorliegenden Los zugeordneten Werbeflächen gemeinsam mit Werbeflächen anderer Eigentümerinnen oder Eigentümer, sind die Preise und Rabatte nach marktüblichen und sachgerechten Kriterien festzulegen. Tiefpreise, Rabatte oder andere Preisnachlässe dürfen nicht dazu führen, dass die für die Abgabeberechnung massgeblichen Netto/Netto-Umsätze der dem vorliegenden Los zugeordneten Werbeflächen künstlich vermindert werden. Die angewandten Preis- und Rabattstrukturen müssen marktüblich und nachvollziehbar sein.

6. Reporting, Revisionsstelle und Nachführung im Geoviewer

- 6.1 Per 28. Februar erstellt die Konzessionärin ein Monitoring über das Vorjahr und stellt dieses dem Konzedenten zu. Dieses umfasst insbesondere:
 - eine Gesamtübersicht sämtlicher Plakatstellen mit Angaben zu Standort, Plakatformat sowie erzieltm Umsatz und zur Auslastung pro Plakatstelle;
 - eine Übersicht über die Entwicklung des Bestands, insbesondere neu geschaffene sowie weggefallene Plakatstellen;
 - eine Übersicht über temporär nicht nutzbare Plakatstellen (z. B. infolge Baustellen oder vergleichbarer Einschränkungen);
 - Angaben zu Massnahmen im Bereich der betrieblichen Nachhaltigkeit sowie der Marktbearbeitung.
- 6.2 Der Konzedent kann darüber hinaus jederzeit ein aktuelles Monitoring verlangen. Die Konzessionärin übermittelt dies innert 20 Tagen.
- 6.3 Die Konzessionärin hat dem Konzedenten jährlich bis spätestens 15. Januar des Folgejahres eine Umsatzabrechnung für das vorangegangene Geschäftsjahr einzureichen. Gestützt auf diese Umsatzabrechnung stellt der Konzedent die Schlussabrechnung (zuzüglich MWST) aus. Eine zusätzlich geschuldete Umsatzabgabe ist gemäss Ziff. 4.2 bis spätestens 31. Januar des Folgejahres zu bezahlen.

Die eingereichte Umsatzabrechnung ist jährlich bis spätestens 31. März des Folgejahres durch eine unabhängige Revisionsstelle zu prüfen und zu bestätigen. Die Prüfung hat nach dem Schweizer Prüfungsstandard PS 920 zu erfolgen. Von der Revisionsstelle ist insbesondere zu bestätigen, dass der für die Abgabeberechnung massgebliche deklarierte Netto/Netto-Umsatz sowie die diesem zugrunde liegenden Brutto- und Nettoumsätze aus der

Plakatierung gemäss dem vorliegenden Los mit den relevanten Verkaufs- und Buchhaltungsdaten für das massgebliche Geschäftsjahr übereinstimmen.

Ergeben sich aufgrund der Revisionsbestätigung Abweichungen gegenüber der eingereichten Umsatzabrechnung, wird die Schlussabrechnung entsprechend berichtigt.

Der Konzudent kann weitere Prüfungshandlungen verlangen. Die damit verbundenen Kosten trägt die Konzessionärin.

- 6.4 Der Konzudent behält sich vor, zur Überprüfung der Einhaltung der Bestimmungen dieses Vertrags, insbesondere der Regelungen zur Preisgestaltung, Umsatzdeklaration und Abgabeberechnung, Einsicht in Preislisten, konkrete Rechnungen sowie die für die Abgabeberechnung relevanten Geschäfts-, Verkaufs- und Buchhaltungsunterlagen der Konzessionärin zu verlangen.
- 6.5 Die Konzessionärin ist verpflichtet, sämtliche Mutationen im Geoviewer innerhalb von drei Wochen nach der effektiven Veränderung nachzuführen. Dies gilt insbesondere für Neuinstallationen, Rückbauten, Standortverschiebungen, Formatwechsel (soweit zulässig), Änderungen des Betriebsstatus sowie sonstige dauerhafte Änderungen von Plakatstellen. Vorübergehende Unterbrüche sind im Geoviewer nicht als Mutation nachzuführen.

7. Grundsätze betreffend Trägermaterial

- 7.1 Soweit in diesem Vertrag, insbesondere für die Plakatflächen am Parkleitsystem gemäss Ziff. 8, nichts Abweichendes geregelt ist, ist sämtliches für die Bewirtschaftung und Vermarktung notwendige Trägermaterial von der Konzessionärin beizubringen, zu installieren und zu unterhalten.
- 7.2 Der Unterhalt des Trägermaterials obliegt bis zum Ablauf der Konzession vollständig der Konzessionärin. Die Kosten für Neu-, Um- und Abbau sowie den Unterhalt der Plakatstellen gehen zulasten der Konzessionärin. Sie sorgt bei Bedarf für die Stromversorgung der Standorte sowie die entsprechende Messung und trägt die Stromkosten.
- 7.3 Die Konzessionärin ist verpflichtet, für neu zu erstellende und für den Ersatz von bestehenden Plakatstellen hochwertige Trägermaterialien zu verwenden. Hinsichtlich der Formate und der Ausgestaltung ist der „Normenkatalog für standardisierte Elemente im öffentlichen Raum“ (Beilage 5) zu berücksichtigen.
- 7.4 Soweit das Trägermaterial gemäss diesem Vertrag von der Konzessionärin zu erstellen, zu unterhalten oder zu beseitigen ist, gehen sämtliche durch die Errichtung, den Bestand, den Unterhalt oder die Beseitigung des Trägermaterials verursachten Änderungen an öffentlichen Einrichtungen sowie die damit verbundenen Kosten zulasten der Konzessionärin. Dies gilt insbesondere für erforderliche Anpassungen, Mehrkosten oder Erschwernisse bei Bauvorhaben oder bei Änderungen und Neuanlagen von Strassen, Trottoirs, Leitungen oder sonstigen öffentlichen Einrichtungen, soweit diese durch die Infrastruktur der Konzessionärin verursacht werden.
- 7.5 Bei Beendigung der Konzession hat die Konzessionärin die in ihrem Eigentum stehenden Anlagen auf eigene Kosten zu entfernen und die beanspruchte Fläche nach Anweisung des Tiefbauamtes des Kantons Basel-Stadt wiederherzustellen, soweit die Anlagen nicht mit Zustimmung des Konzudenten gemäss Ziff. 7.6 auf eine nächste Konzessionärin übertragen werden. Bis zum Abschluss dieser Arbeiten gelten die Bestimmungen der vorliegenden Konzession weiter. Installationen im Boden wie Fundamente oder Zuleitungen dürfen erst nach Rücksprache mit dem Konzudenten entfernt oder verändert werden.

- 7.6 Kommt es infolge einer Neuausschreibung zu einem Wechsel der Konzessionärin, steht es der neuen Konzessionärin frei, die bestehenden Werbeträger von der bisherigen Konzessionärin zu übernehmen oder eigene Werbeträger einzusetzen. Die Modalitäten einer allfälligen Übernahme, einschliesslich einer allfälligen Entschädigung, sind zwischen der bisherigen und der neuen Konzessionärin direkt zu vereinbaren.
- 7.7 Werden neue Werbeträger eingesetzt oder bestehende Werbeträger wesentlich geändert, bedarf dies der Zustimmung des Konzedenten. Erforderliche öffentlich-rechtliche Bewilligungen bleiben vorbehalten.

8. Plakatflächen am städtischen Parkleitsystem (PLS)

- 8.1 Das Trägermaterial der Plakatflächen am Parkleitsystem befindet sich im Eigentum der PPS-Gesellschaft. Der Konzedent stellt sicher, dass die Plakatierung im Rahmen des vorliegenden Loses vom Eigentümer der PLS-Infrastruktur zugelassen wird. Die Konzessionärin ist zu einem sorgsamem Umgang mit der Infrastruktur verpflichtet.
- 8.2 Die Werkeigentümerhaftung für das PLS liegt bei der PPS-Gesellschaft.
- 8.3 Wo der Stromanschluss die Vorder- und Rückseite einer PLS-Stele (PLS-Anzeige und Werbefläche) bedient, hat die Konzessionärin für die gesamten Stromkosten der PLS-Stele aufzukommen, also auch für den Strom zum Betrieb des Parkleitsystems.
- 8.4 Der ordentliche Unterhalt gemäss Ziff. 7.2 beschränkt sich bei Plakatflächen am Parkleitsystem (mit Ausnahme der Stromkosten) lediglich auf den Werbeträger (inkl. Befestigungselemente), nicht jedoch auf die übrige Infrastruktur der PLS-Anlage.
- 8.5 Das Trägermaterial wird der Konzessionärin in technisch einwandfreiem und gereinigtem Zustand übergeben. Der Konzedent organisiert zu diesem Zweck ein Übergabe-Meeting mit dem heutigen Konzessionsinhaber sowie der Konzessionärin und erstellt ein Übergabe-Protokoll.
- 8.6 Neue, baurechtlich bewilligte PLS-Stelen mit einer Werbeanzeigemöglichkeit werden grundsätzlich dem vorliegenden Los zugeordnet. Ein Anspruch auf Zuteilung besteht indes nicht. Abweichend von Ziff. 7.1 und 7.2 gehen die Kosten für die Erstellung solcher neuen Plakatstellen zulasten des Konzedenten und der PLS Gesellschaft.
- 8.7 Die Konzessionärin haftet für durch sie an den Anlagen der PLS verursachte Schäden. Gleiches gilt für durch die von ihr beauftragten Dritten verursachte Schäden.
- 8.8 Einzelheiten ergeben sich aus dem Merkblatt permanentes Parkleitsystem (PLS) gemäss Beilage 10.

9. Technische Vorgaben E-Panels

9.1 Betriebszeiten

Für E Panels gelten folgende Betriebszeiten:

Die Betriebszeiten betragen grundsätzlich von 06:00 bis 22:00 Uhr. Abweichungen sind nur in begründeten Einzelfällen und mit Zustimmung des Kantons zulässig. An Haltestellen und in Sonderfällen, beispielsweise bei Veranstaltungen oder besonderen Beleuchtungssituationen in der Innenstadt, können die E Panels bis 24:00 Uhr eingeschaltet bleiben.

Am Fasnachtsmontag (Morgestraich) dürfen E Panels im Innenstadtperimeter frühestens ab 08:00 Uhr in Betrieb genommen werden.

9.2 Leuchtdichte / Lichtstärke

Die Leuchtdichte der E Panels ist an die Umgebungshelligkeit anzupassen.

In besonders lichtsensiblen Umgebungen kann vorgängig eine Bemusterung verlangt werden, um die zulässige Leuchtdichte zu bestimmen. Die E Panels sind so zu betreiben, dass kein Licht unnötig in den Himmel oder auf angrenzende Flächen abstrahlt.

Die mittlere Leuchtdichte von weissem Licht darf tagsüber den Wert von 1500 cd/m² nicht überschreiten. Bei Dämmerung und in der Nacht darf die mittlere Leuchtdichte von weissem Licht den Wert von 300 cd/m² nicht überschreiten. Der Betrieb ist mittels Tageslichtsensor zu steuern.

Die E Panels sind mit einer automatischen Dimm- oder Abschaltfunktion für die Nachtstunden zur Reduktion der Lichtemissionen auszustatten.

9.3 Farbtemperatur/Umweltschutz

Für E Panels sind warme Lichtfarben mit einer Farbtemperatur von höchstens 3000 K (warmweiss) einzusetzen, um den Blauanteil zu reduzieren und Auswirkungen auf Flora, Fauna und Menschen zu minimieren.

9.4 Bewegte Inhalte / Animationen bei digitalen Werbeträgern

Um die Verträglichkeit mit dem Umfeld und die Verkehrssicherheit zu gewährleisten, hat der Betrieb gemäss den bau- und verkehrsrechtlichen Vorgaben des jeweiligen Standorts zu erfolgen

Es sind Loops mit mehreren Spots und einer minimalen Spotlänge von 10 Sekunden vorzusehen, je nach Standort 15 Sekunden.

Der Anteil bewegter Inhalte innerhalb eines Werbesujets darf maximal 20 % der Fläche betragen. Der überwiegende Teil der Darstellung hat statisch zu erfolgen. Bewegte Inhalte dürfen keine vollflächige, kontinuierliche Bildabfolge/Animation mit filmähnlicher Wirkung erzeugen.

Blitz- oder Blendelemente bzw. schnell getaktetes Licht sind untersagt. Die Übergänge sind weich zu gestalten (Cross Fades von mindestens 1 Sekunde).

9.5 Format digitale Werbeträger

Werbeflächen weisen eine Bildschirmdiagonale von 75 Zoll oder max. 85 Zoll im Seitenverhältnis 9:16 (HD) auf.

9.6 Energieverbrauch

Es ist sicherzustellen, dass die jeweils energieeffizientesten Geräte eingesetzt und die Anlagen so betrieben werden, dass ein minimaler Energieverbrauch resultiert.

9.7 Monitoring / Steuerung

Digitale Anlagen sind mit geeigneten Steuerungssystemen (z. B. Helligkeitssensoren) zu betreiben.

9.8 Beschwerden / Emissionen

Bei Beschwerden über Lichtemissionen sind geeignete Massnahmen zu treffen (z. B. Reduktion der Helligkeit oder Anpassung der Betriebszeiten).

9.9 Datenschutz

Die Konzessionärin stellt sicher, dass sämtliche digitalen Anlagen den geltenden datenschutzrechtlichen und sicherheitstechnischen Anforderungen entsprechen. Es dürfen keine personenbezogenen Daten ohne entsprechende Rechtsgrundlage erhoben oder verarbeitet werden.

10. Subunternehmen

- 10.1 Nach Zuschlag dürfen neue, noch nicht in den Unternehmensangaben aufgeführte Subunternehmen nur eingesetzt werden, wenn der Konzedent vorgängig schriftlich zustimmt. Auch neue Subunternehmen müssen die Teilnahmebedingungen erfüllen, was die Konzessionärin nachzuweisen hat. Der Konzedent ist auch zur Überprüfung der Eignungskriterien berechtigt, die Konzessionärin bringt auf Anfrage die erforderlichen Nachweise.
- 10.2 Die von der Konzessionärin zur Vertragserfüllung beigezogenen Subunternehmen gelten in jedem Fall als deren Hilfspersonen im Sinne von Art. 101 OR. Die Zustimmung oder Kenntnisnahme des Konzedenten zum bzw. vom Beizug von Subunternehmern lässt die Haftung der Konzessionärin aus dem Vertrag oder im Zusammenhang mit dem Vertrag unberührt. Die Konzessionärin haftet vollumfänglich für ihre Subunternehmen.

11. Weitere Pflichten der Konzessionärin

- 11.1 Die Konzessionärin verpflichtet sich, keine Plakate auszuhängen, die gegen eidgenössisches, kantonales oder kommunales Recht, insbesondere gegen die Plakatverordnung des Kantons Basel-Stadt, verstossen.
- 11.2 Für die Beurteilung des Plakatinhalts ist die kantonale Plakatverordnung massgebend. Bestehen Zweifel bei der Beurteilung des Plakatinhalts, ist die Konzessionärin verpflichtet, die betreffenden Plakate mind. 14 Tage vor dem geplanten Aushang der zuständigen Fachstelle gemäss Kapitel IV der Plakatverordnung vorzulegen. Die Bewilligungsbehörde entscheidet abschliessend über den Aushang. Die Bewilligungsbehörde kann für ihren Entscheid Stellungnahmen weiterer Fachinstanzen einholen.
- 11.3 Wird ein Verstoss gegen eidgenössisches, kantonales oder kommunales Recht erst nach dem Aufhängen der Plakate festgestellt, so ist die Konzessionärin verpflichtet, die Plakate auf eigene Kosten innerhalb von 24 Stunden zu entfernen.

12. Wiederherstellung des rechtmässigen Zustands bei Verstössen

- 12.1 Kommt die Konzessionärin ihren Verpflichtungen nach den Bestimmungen dieser Konzession nicht nach, kann der Konzedent nach vorgängiger Aufforderung und Androhung den rechtmässigen Zustand auf Kosten der Konzessionärin wiederherstellen oder wiederherstellen lassen (Ersatzvornahme). Die Kosten werden mittels separater Verfügung festgelegt.

13. Haftung

- 13.1 Die Konzessionärin haftet dem Konzedenten für sämtliche Schäden, die infolge der Ausübung der Konzession und der damit zusammenhängenden Vorkehrungen entstehen, nach den Vorschriften des Bundeszivilrechts.
- 13.2 Die Konzessionärin haftet dem Konzedenten gegenüber auch für Schäden, die durch von ihr beauftragte Dritte oder deren Hilfspersonen verursacht werden, wie für ihr eigenes Verhalten.

- 13.3 Die Konzessionärin haftet im Zusammenhang mit der Plakatierung für Schäden Dritter und hält den Konzedenten von allfälligen Haftungsansprüchen Dritter schadlos.
- 13.4 Mit der Prüfung und Bewilligung sowie mit der allfälligen Abnahme und Freigabe von Trägermaterialien oder Plakaten übernimmt die jeweils zuständige Bewilligungsbehörde keine Verantwortung für einen durch die Konzessionsausübung allenfalls entstehenden Schaden.
- 13.5 Als ersatzfähige Schäden gelten insbesondere auch mittelbare Schäden sowie Wertverminderungen an öffentlichen Bauten und Anlagen.
- 13.6 Die Konzessionärin ist verpflichtet, während der gesamten Vertragsdauer jederzeit über eine ausreichende und dem Risiko angemessene Versicherung mit genügender Deckung zu verfügen. Die Versicherung hat insbesondere Personen-, Sach- und Vermögensschäden abzudecken. Die Konzessionärin hat den entsprechenden Versicherungsnachweis vor Vertragsabschluss vorzulegen und auf Verlangen jederzeit zu aktualisieren. Die Versicherung muss mindestens den im Unternehmensformular deklarierten Umfang aufweisen.

14. Geltungsdauer und Widerruf der Konzession

- 14.1 Der vorliegende Konzessionsvertrag gilt bis zum 31. Dezember 2034.
- 14.2 Der Konzedent ist berechtigt, den Vertrag dreimal jeweils um ein Jahr durch schriftliche Erklärung zu verlängern. Die Ausübung der jeweiligen Verlängerungsoption wird der Konzessionärin spätestens zwölf Monate vor dem jeweiligen Vertragsende schriftlich mitgeteilt.
- 14.3 Der Konzedent kann die Konzession während ihrer Laufzeit ganz oder teilweise widerrufen, wenn die Konzessionärin Bestimmungen dieses Vertrags verletzt.
- 14.4 Bei behebbaren Vertragsverletzungen setzt der Konzedent der Konzessionärin zuvor schriftlich eine angemessene Frist zur Wiederherstellung des vertragsgemässen Zustands. Wird die Vertragsverletzung innerhalb dieser Frist nicht behoben, kann die Konzession widerrufen werden.
- 14.5 Bei schwerwiegenden Vertragsverletzungen oder wenn eine Vertragsverletzung nicht behebbar ist, kann der Widerruf ohne vorgängige Nachfrist erfolgen. Als schwerwiegende Vertragsverletzungen gelten insbesondere:
- wiederholte Nichteinhaltung der vereinbarten Zahlungspflichten;
 - Verletzungen des Transparenzprinzips oder wesentlicher vertraglicher Verpflichtungen;
 - vorsätzlich falsche Angaben gegenüber dem Konzedenten;
 - wettbewerbswidrige Abreden;
 - Verlust wesentlicher Voraussetzungen für die Vertragserfüllung;
 - Eröffnung eines Konkurs-, Nachlass- oder Liquidationsverfahrens oder nachgewiesene Zahlungsunfähigkeit.

Der Widerruf erfolgt entschädigungslos. Weitergehende Schadenersatzansprüche des Konzedenten bleiben vorbehalten.

- 14.6 Bei Beendigung der Konzession, insbesondere durch Zeitablauf, Widerruf oder einvernehmliche Aufhebung, gelten hinsichtlich der Entfernung oder Übertragung von Anlagen und Einrichtungen sowie der Wiederherstellung des ursprünglichen Zustands die Bestimmungen gemäss Ziff. 7.5 und 7.6.

15. Schlussbestimmungen

- 15.1 Die vorliegende Konzession wird der Konzessionärin persönlich erteilt. Sie kann nur mit schriftlicher Zustimmung des Konzedenten gültig auf Dritte (einschliesslich Rechtsnachfolger) übertragen werden.
- 15.2 Abänderungen und Ergänzungen dieses Vertrags bedürfen der Schriftform und werden mit der Unterzeichnung beider Parteien wirksam. Mündliche (Neben-)Abreden sind unverbindlich. Vorbehalten bleibt die einseitige Anpassung durch den Konzedenten aufgrund geänderter Verhältnisse, sofern dies im überwiegenden öffentlichen Interesse liegt.
- 15.3 Sollten Bestimmungen dieses Vertrags rechtsunwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Vielmehr verpflichten sich der Konzedent und die Konzessionärin, die rechtsunwirksame Bestimmung durch eine andere, im wirtschaftlichen Ergebnis möglichst gleichwertige Bestimmung zu ersetzen. Sollte der Vertrag ausfüllungsbedürftige Lücken enthalten, verpflichten sich die Parteien zu einer entsprechenden Vertragsergänzung, wobei die wirtschaftlichen Interessen beider Parteien angemessen zu berücksichtigen sind.
- 15.4 Alle aus diesem Vertrag entstehenden Streitigkeiten zwischen den Parteien, die nicht gütlich beigelegt werden können, werden ausschliesslich durch ein Schiedsgericht erledigt. Jede Partei bezeichnet eine Schiedsrichterin oder einen Schiedsrichter. Das Appellationsgericht des Kantons Basel-Stadt bestimmt den Vorsitz des Schiedsgerichts. Im Übrigen gelten die Bestimmungen von Art. 353 ff. der Schweizerischen Zivilprozessordnung (ZPO). Schiedsgerichtsort ist Basel-Stadt. Es ist ausschliesslich Schweizer Recht anwendbar.
- 15.5 Dieser Vertrag wird in zweifacher Ausfertigung erstellt, je ein Exemplar für den Konzedenten und die Konzessionärin.

Für die Konzessionärin,

Ort, Datum:

Für den Konzedenten,

Ort, Datum:

Esther Keller

Die Vorsteherin des Bau- und Verkehrsdepartement des Kantons Basel-Stadt

Beilagen und Vertragsbestandteile

Folgende Beilagen bilden integrierenden Bestandteil dieses Vertrags:

- Beilage 4: Plakatrichtplan (GPK)
- Beilage 5: Normenkatalog für standardisierte Elemente im öffentlichen Raum
- Beilage 9: Merkblatt kantonale Kampagnen auf digitalen Werbeflächen
- Beilage 10: Merkblatt permanentes Parkleitsystem (PLS)
- Beilage 16: Flächenliste Los 5