

## Unabhängige Beratung in der digitalen- und Plakat- Außenwerbung mit Stadtmöbeln als kommunaler Dienstleistung

Erfolgreiche Beispiele „vorher – nachher“ Umsetzung  
mit Pachtsteigerung – Links zu ladbaren pdf-Dateien:

Bietigheim-Bissingen – 47.000 Einw.

Hansestadt Lübeck – 214.000 Einw.

Hansestadt Hamburg – 1.740.000 Einw.

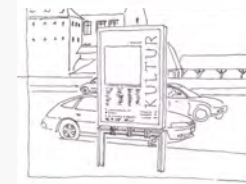
unter Nutzung gängiger Werbe-Formate

Dipl.-Ing. H.-G. Bochmann – Autor

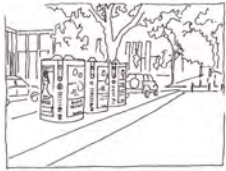
M. Sc. J.F. Bochmann – Updating

**Hinweis:** Sie können über Links weitere Informationen abrufen, wenn der

Cursor vom ↗ Symbol in ein 👉 Symbol wechselt.



[www.pubcon.de](http://www.pubcon.de)



# Kommunale Dienstleistungen

# Stadtmöbel Design



Berlin, Istanbul, Dubai

[www.pubcon.de](http://www.pubcon.de)



## Kommunale Dienstleistungen

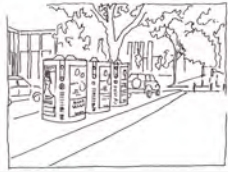
## Stadtmöbel Design und Plakatwerbung



Berlin, Zürich, Dubai (klimatisiert)

[www.pubcon.de](http://www.pubcon.de)

public-consultants ©



## Bietigheim-Bissingen Stadtbild Bereinigung

## Eindämmung von Plakataufstellern



[www.pubcon.de](http://www.pubcon.de)



Standort mit geringer Werbeauslastung

Weniger Standorte – freundlicheres Stadtbild



Bietigheim, Standort wurde gezielt abgebaut – auch wegen mangelnder Vermarktung



Werbewildwuchs –  
schlecht plakatiert

Lokale Grünflächen verdeckt



public-consultants ©

Ludwigsburg – Plakat-Wildwuchs: Nachbarstadt von Bietigheim-Bissingen

[www.pubcon.de](http://www.pubcon.de)



## Hansestadt Lübeck Stadtbild Bereinigung

Standorte reduziert und  
Pachtsteigerung – 4-fach



public-consultants ©

[www.pubcon.de](http://www.pubcon.de)

Hansestadt Lübeck – Bereinigung von Werbeträgern und Neustrukturierung



## Pachtsteigerung und neue Stadtmöbel

## Neuer Werbevertrag Hansestadt Hamburg

Warum hat Hamburg 2006 die Werbeverträge nach vielen Jahren der Verlängerung neu ausgeschrieben?

Waren die Wartehäuschen der Metropole angemessen?

Waren die Werbesäulen noch zeitgemäß?

Wie konnte man die Einnahmen steigern?

Warum bekommt Hamburg ab 2009 völlig kostenfrei für die Vertragslaufzeit 2500 neue Wartehäuschen?

Hamburg hat sich für das Design von Sir Norman Foster als künftiges Wartehäuschen entschieden.

Wieso erhält Hamburg eine zusätzliche Pacht von 508 Mio. Euro?

Hamburg konnte den Ertrag aus den Altverträgen von 30 Mio.. Euro auf 508 Mio. Euro für 15 Jahre als Garantiesumme steigern.



[www.pubcon.de](http://www.pubcon.de)





## Einfache Fragen zu bestehenden Verträgen

Warum sehen die Warthäuschen  
in unserer Stadt wenig attraktiv aus?

Passen die Warthäuschen noch in unser Stadtbild?

Wie alt sind die ältesten Warthäuschen?

Wie wurden die Warthäuschen  
finanziert?

Wem gehören die Warthäuschen?

Lohnt es sich die alten Warthäuschen zu übernehmen?

Wurden sie über einen Werbevertrag finanziert?

Wie wurden Standorte vermarket?

Welchen Marktanteil hat der Vermarkter?

Wer plakatiert die Vitrinen tatsächlich?

Wie viel Geld hat die Stadt aus dem  
Werbevertrag an Pacht erhalten?

Kennt man die Abrechnungen zu den Standorten?

Versteht man die Abrechnungen zur Pacht?

Wer kann die Abrechnungen tatsächlich prüfen?



[www.pubcon.de](http://www.pubcon.de)



## Dienstleistung – unabhängige Beratung

## Kostenlose Modellrechnung

### Laufende Verträge

- Analyse der vorhandenen Standorte.
- Analyse der Vertragsinhalte mit Modellrechnungen.
- Aufzeigen von möglichen Potenzialen.

### Vertragsverlängerung

- Anpassung und Ergänzung von Klauseln.
- Mögliche Umstrukturierung durch Modellrechnungen.
- Auditierung der künftigen Vertragserfüllung.

### Neuvertrag mit Ausschreibung

- Strategische Ausrichtung unter diversen Szenarien.
- Modellrechnungen mit finanziellen Zielsetzungen.
- Ausschreibungstexte und deren Verhandlung.
- Vergleichsrechnungen zu eingereichten Angeboten.

### Vor einem Vertrag rechnen lohnt sich

- Eine erste Modellrechnung ist kostenlos für Städte und Verkehrsgesellschaften.
- Hier ist die Eingabemaske abrufbar.

public-consultants  
und  
**Stadtmöbel Report**  
Ihre Daten  
vor einer  
**Ausschreibung**  
und vor  
**Vertragsvergabe**  
erzeugen eine  
**win-win Situation**  
für die Stadt  
und den  
Stadtmöblierer

	Zahl Plakate	Erlös / Tag und Plakat	Invest in €
<b>Vitrine</b>	2	8,00 €	
Kosten für Vitrine			
<b>Vitrine 4/1 3-fach Wechsler</b>	6	8,00 €	
Kosten für Vitrine mit 2 Wechslern			
Anzahl Werbeanlagen			
<b>Pillar oder Säule 8/1</b>	6	13,00 €	
Kosten für Säule oder Pillar			
Anzahl Werbeanlagen			
<b>Mega-Light-Board 18/1 3-fach</b>	12	25,00 €	
Kosten für Mega-Light-Board mit 2 Wechslern			
Anzahl Werbeanlagen			
<b>Plakatklebewand 18/1</b>	17	8,00 €	
Kosten einer Klebewand			
Anzahl Werbeanlagen			
<b>Städtischer-Aufsteller (Anzahl)</b>			1,00 €
Kosten eines Doppelaufstellers			
Kosten eines Dreifachaufstellers			
Anzahl Werbeflächen Doppelaufsteller	30		
Anzahl Werbeflächen Dreifachaufsteller	21		

[www.pubcon.de](http://www.pubcon.de)



## Ergebnisse von Städten einfach übertragbar?

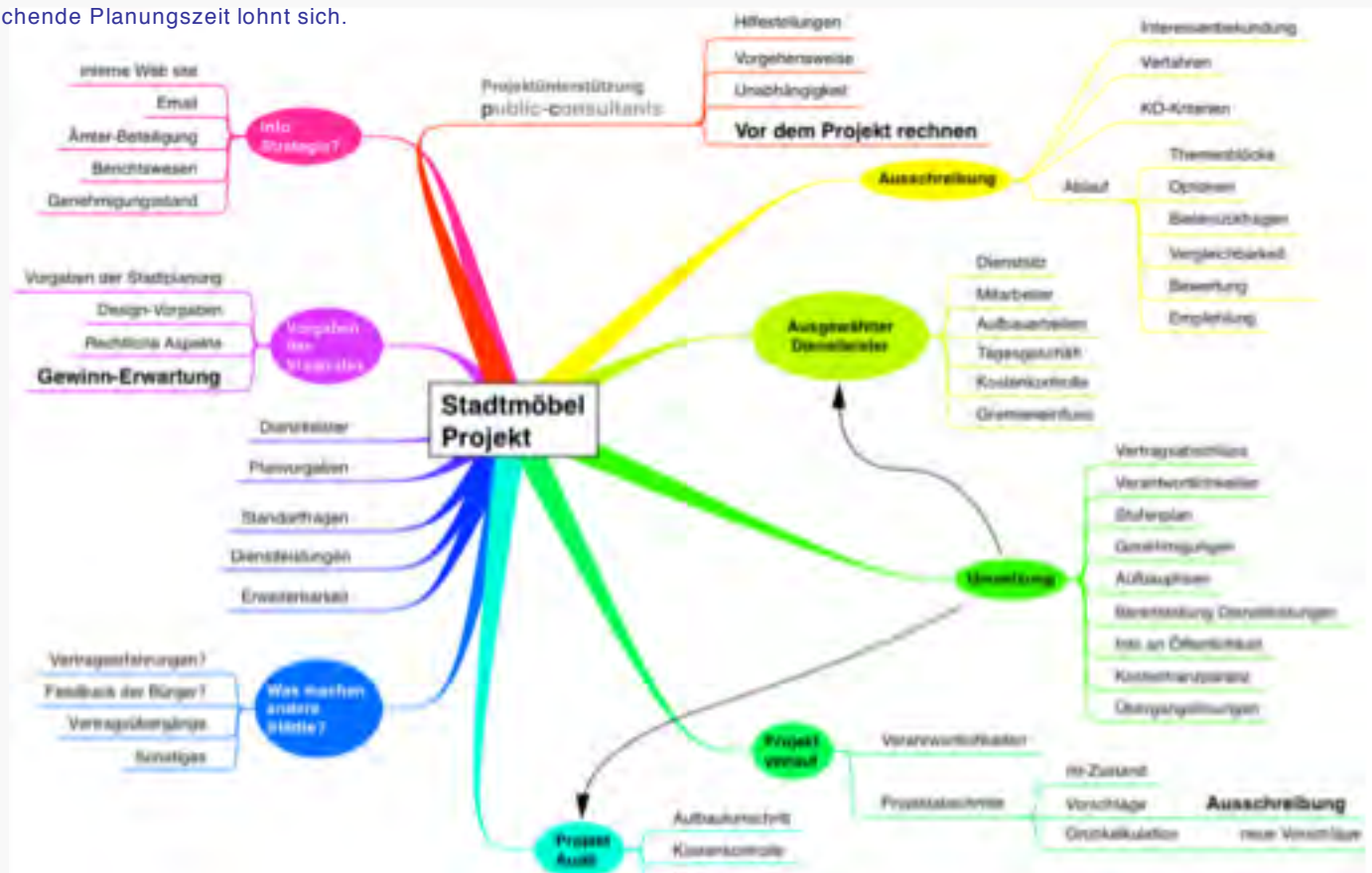
## Komplexe Anforderungen in der Plakatvermarktung

Ja – man muss rechtzeitig planen

Ein Werbevertrag mit Stadtmöbeln ist kompliziert.

Jede Stadt hat andere Zielsetzungen und Gegebenheiten.

Eine ausreichende Planungszeit lohnt sich.



[www.pubcon.de](http://www.pubcon.de)

## Adresse

Noch Fragen?

So erreichen Sie uns:

**Bahnhofstrasse 16**  
**D- 90556 Cadolzburg**  
**Tel +49.9103.714188**  
**Fax +49.9103.7144821**  
**E-Mail [info@pubcon.de](mailto:info@pubcon.de)**

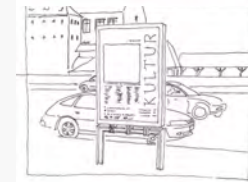
Hier der Link zur Leseprobe des  
Stadtmöbel Reports:

Deutsch Stadtmöbel Report

Englisch street furniture report

Türkisch şehir teçizatları raporu

Arabisch تقرير الشارع الاثاث



[www.pubcon.de](http://www.pubcon.de)