

**Standpunkt** Gewista-Javurek spricht von falschen Beurteilungsgrundlagen, Epamedia-Schuster von unfairen Wettbewerbsbedingungen

# Plakate: Kritik an Vergabep Praxis

Kontrollamt kritisiert Gewista-Naheverhältnis zu Wien und Besserstellung.

ENIKA BETTEIN

**Wien.** Das Außenwerbunternehmen Gewista sieht sich jüngst mit Kritik des Wiener Kontrollamts konfrontiert. Dabei geht es vor allem um ein Naheverhältnis der Gewista zur Stadt Wien und eine damit verbundene Bevorzugung bei der Vergabe von Plakatoberflächen. Kritisch beugt wird vor allem die Vergabe der neuen Kultur-Plakatoberflächen, die das Wildplakatieren eindämmen sollen (s. Bild).

## Bescheid für jeden Standort

Das Kontrollamt sieht bei der Vergabe zumindest einer Plakatoberfläche an die ehemals gemeindeeigene Gewista-Hinweise für eine Begünstigung durch die Stadt. Bei den Kulturplakaten soll nicht auf Fragen des Stadtbilds oder der Verkehrssicherheit Rücksicht genommen werden sein.

„Stimmt nicht“, kontert Gewista-Generaldirektor Karl Javurek: „Es gibt einfach keinen Standort, für den wir nicht bezahlt haben.“ Das Kontrollamt hätte berücksichtigen müssen, dass aufgrund der unterschiedlichen Grundbesitzverhältnisse an unterschiedliche Magistratsabteilungen zu zahlen ist.“ Zudem liegen für jeden Standort „die entsprechenden Einzelbescheide vor“, so Javurek. Das

Bescheidverfahren sieht „natürlich eine Abstimmung mit allen Vorschriften der Verkehrssicherheit und auch mit der Stadtgestaltung vor“. Der Gewista-Chef sieht auch „einen ganz normalen Preiswettbewerb vor Vergabe der Standorte“. Und dann „muss es klarerweise eine Exklusivität für die Standorte geben, egal, wer sie mietet“. Zu den umstrittenen Kulturplakaten sagt Javurek: „Wir haben alle früheren Wildplakatierer eingebunden, die ihren Kunden eine bessere Präsentation anbieten wollen.“

Heinrich Schuster, Chairman der Epamedia, begrüßt den Kontrollbericht, der „endlich die unfairen

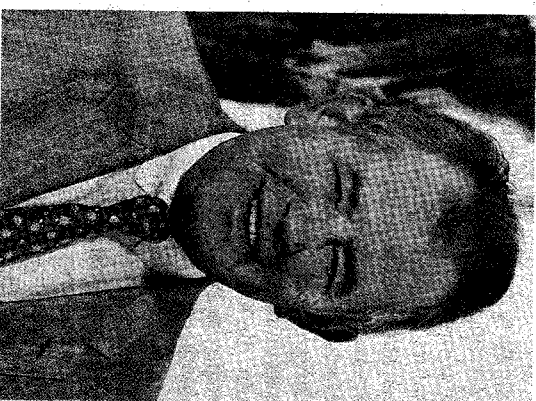
Wettbewerbsbedingungen in der Stadt Wien aufzeigt, unter denen auch wir als Außenwerbunternehmen zu leiden haben.“

Das Beispiel der Gewista-Tochter KulturPlakat, der ohne Ausschreibungsverfahren der Auftrag zur Errichtung von über 5.000 „Halbschalen“ erteilt wurde, sei „nur die Spitze des Eisberges“, laut Schuster wird „in der Stadt Wien in punkto Außenwerbung mit zweierlei Maß gemessen – sei dies durch verkürzte Bauverfahren oder eine Änderung der städtebaulichen Richtlinien zu unseren Ungunsten“.

Die Auswirkungen für die Branche seien jedenfalls bedenklich.



© Gewista  
„Das Kontrollamt müsste einfach mit uns reden“, Karl Javurek, Gewista.



© Foto: Wilke  
„Das ist nur die Spitze des Eisberges“, Heinrich Schuster, Epamedia.

**Scherben bringen Glück.**

PPI United jetzt mit neuem Namen und