

Interpellation Christa Ammann (AL): Welche Einnahmen macht die Stadt Bern mit der Vergabe der Werbekonzessionen?

Die Stadt Bern hat zwei Werbekonzessionen vergeben. Diejenige für die Plakatierung auf öffentlichem Grund an die APG AG, diejenige für die Plakatierung im Bereich Bus- und Tramhaltestelle an die Clear Channel Schweiz AG.

Eine Analyse der Situation um die Konzessionsvergabe in der Stadt Vevey hat ergeben, dass die Stadt im Jahr 2012 180'000 Franken von der APG bekommen hat und 100'000 Franken in den Unterhalt reinvestieren musste, was zu einem Gewinn von 80'000 Franken führt, respektive gerade mal 0,06% des städtischen Budgets entspricht. Wird die Rechnung in Vevey auf ein Plakat heruntergerechnet, steht das Verhältnis Umsatz der APG zu Abgabe an die Stadt bei 100 zu 1¹.

In Anbetracht der durch Werbung verursachten optischen Verschmutzung des öffentlichen Raumes stellt sich die Frage, ob eine solche Zusammenarbeit zu rechtfertigen ist und ob die Situation in Bern vergleichbar schlecht aussieht.

Der Gemeinderat wird gebeten, folgende Fragen zu beantworten:

1. Wie viel bezahlt die APG der Stadt Bern 2013 für die Konzession?
2. Gemäss den Bestimmungen der bis 2018 gültigen Konzession wird die Abgabe ab dem vierten Jahr (=2014) entsprechend dem von der Konzessionärin erzielten Jahresumsatz angepasst. Wie ist die genaue Berechnungsweise dieses Betrages? Sprich, wie ist „entsprechend“ zu verstehen?
Falls in Prozent: wie viel Prozent des Umsatzes der APG pro Plakat (F4 / F200 / F12) gehen an die Stadt? (Falls nicht pro Plakat bezifferbar: wie viel Prozent des Gesamtumsatzes?)
Mit welchem Betrag ist in absoluten Zahlen zu rechnen?
3. Nach Angaben der Stadt muss die APG die grossflächige Kulturplakatierung, die amtliche Plakatierung, die politische Plakatierung sowie die Bewirtschaftung von Stadtteilplänen im Stadtgebiet Bern und Bümpliz „unentgeltlich“ übernehmen. Wie viel würden diese Leistungen kosten, wenn sie nicht über die Konzession geregelt wäre?
4. Die Clear Channel AG bezahlt der Stadt mit der aktuellen Konzession (2013-2018) jährlich 1,7 Mio. Franken. Welchem Anteil des Umsatzes, den die Clear Channel AG mit den Plakatflächen macht, entspricht dies?
5. Welche Kosten entstehen der Stadt Bern für die Bewirtschaftung/Instandhaltung der Werbeflächen, welche
 - a. unter die Konzession der Clear Channel AG fallen?
 - b. unter die Konzession der APG AG fallen?

¹ Für eine F4 Plakatstelle, welche in der Regel beidseitig vermietet wird, bezahlt die APG 60 Franken an die Stadt Vevey – was dem Betrag entspricht, den man der APG in der Regel für das Aufhängen eines Plakates während einer Woche bezahlt (da der Plakatständer zweiseitig beklebt werden kann, ist der Umsatz pro Plakatstelle bei 120 Franken/Woche). (aus Moins! – Journal romand d'écologie politique, Nr.10, Mars/Avril2014, S.14)

6. Wie gross ist der Reingewinn der Stadt in den einzelnen Jahren aus der Konzession, welche
 - a. der APG vergeben worden ist?
 - b. der Clear Channel Schweiz AG vergeben worden ist?
7. Wie viele Werbeflächen hat es insgesamt in der Stadt Bern?
 - a. Wie viele sind in der Konzession der APG inbegriffen?
 - b. Wie viele sind in der Konzession Clear Channel AG inbegriffen?

Bern, 22. Mai 2014

Erstunterzeichnende: Christa Ammann

Mitunterzeichnende: Rolf Zbinden, Luzius Theiler, Leena Schmitter, Christine Michel, Stéphanie Penher, Seraina Patzen, Sabine Baumgartner, Mess Barry, David Stampfli, Michael Sutter, Lena Sorg

Antwort des Gemeinderats

Der Gemeinderat beantwortet die gestellten Fragen wie folgt:

Zu Frage 1:

1 689 392.30 Franken.

Zu Frage 2:

Massgebend für die Anpassung der Abgabe ist das Verhältnis zwischen dem Umsatz im laufenden Jahr und dem durchschnittlichen Umsatz in sämtlichen vorangegangenen Jahren nach folgender Formel (Beispiel: Jahr 4):

$$\text{Abgabe (Jahr}_4) = \frac{\text{Umsatz (Jahr}_4)}{\text{Durchschnitt Umsatz (Jahre}_{1-3})} \cdot \text{Durchschnitt Abgabe (Jahre}_{1-3})$$

Der konkrete Betrag für das Jahr 2014 kann folglich erst definiert werden, wenn die Abrechnung für das 4. Jahr vorliegt. Eine Angabe pro Plakat - wie von der Interpellantin gewünscht - ist nicht möglich. Zur Wahrung der Geschäftsinteressen der Konzessionärin im Hinblick auf künftige Submissionen auch in andern Städten sieht der Gemeinderat davon ab, Umsatzzahlen der Konzessionärin zu publizieren. Eine Angabe in Prozent des Umsatzes ist deshalb ebenfalls nicht möglich.

Zu Frage 3:

In der Sondernutzungskonzession betreffend Plakatierung auf öffentlichem Grund der Stadt Bern für die Jahre 2011 bis 2018 ist definiert, wie viele Kultursäulen, amtliche Flächen, politische Plakate und Stadtteilpläne die Konzessionärin APG unentgeltlich bewirtschaften muss. Ferner sind die Kosten definiert, welche bei der APG bei allfälligen Mengenveränderungen anfallen würden. Aufgrund dieser Festlegungen ergibt sich für die Bewirtschaftungspflichten der APG ein (errechneter) finanzieller Gegenwert von rund Fr. 340 000.00 pro Jahr. Die Stadt Bern hat jedoch keine Kenn- und Erfahrungswerte über die Höhe der Kosten, welche effektiv anfallen würden, falls die betreffenden Leistungen in Eigenregie und losgelöst von der Konzession erbracht werden müssten.

Zu Frage 4:

Wegen des konstanten Mengengerüsts wurde bei der hier interessierenden Plakatierung bei den Haltestellen des öffentlichen Verkehrs - anders als bei der Ausschreibung der Plakatierung auf öffentlichem Grund (vgl. dazu die Antwort auf Frage 2) - auf einen „Korrekturmodus“ via Berücksichtigung des Umsatzes ab dem vierten Laufjahr verzichtet. Die von der Clear Channel AG be-

zahlte Summe von 1,7 Mio. Franken pro Jahr ist deshalb umsatzunabhängig und das Resultat aus dem seinerzeitigen Ausschreibungsverfahren. Dem Gemeinderat ist der Umsatz, den die Clear Channel AG mit den Plakatflächen erwirtschaftet, nicht bekannt.

Zu Frage 5 a und b:

Die Bewirtschaftung und Instandhaltung der Werbeflächen ist Sache der Konzessionärinnen.

Zu Frage 6 a und b:

Der Reingewinn der Stadt Bern entspricht den Konzessionsabgaben.

Zu Frage 7 a und b:

Die Konzession betreffend die Plakatierung auf öffentlichem Grund (Inhaberin APG) umfasst insgesamt 732 Werbeflächen. Die Konzession betreffend die Plakatierung im Bereich von Haltestellen des öffentlichen Verkehrs (Inhaberin Clear Channel AG) umfasst insgesamt 209 Werbeflächen (Stand jeweils Ende 2013).

Bern, 10. September 2014

Der Gemeinderat