

Interpellation Fraktion FDP (Hans Peter Aeberhard): Setzt die rot-grüne Stadtratsmehrheit mutwillig städtische Werbeeinnahmen in den Sand?

Entgegen den Anträgen der bürgerlichen Fraktionen ist der Stadtrat in seiner Sitzung am 12. Februar 2004 auf die Vorlage für ein Reklamereglement eingetreten und hat dieses unter Vornahme von zahlreichen werbefeindlichen Verschärfungen mit links-grüner Mehrheit verabschiedet.

Unter anderem wurde der Antrag der Kommission PBV zu Artikel 23 Absatz 2 angenommen, Waisenhausplatz, Bärenplatz, Bundesplatz, Kornhausplatz, Theaterplatz und Casinoplatz als Standorte für Plakatstellen auszuschliessen. Es handelt sich dabei um die werbetechnisch attraktivsten Plätze in der Stadt überhaupt. Die verbleibenden Standorte Bahnhofplatz, Bubenbergplatz, Hirschengraben, Bollwerk, Schanzenstrasse und Bogenschützenstrasse sind demgegenüber aus verschiedenen Gründen werbemässiges Ödland.

Die durch das Reklamereglement eingeführten Einschränkungen der Werbung auf öffentlichem und privatem Grund haben für die Stadt im Rahmen der Verträge APG und anderen Unternehmungen mit Sicherheit einschneidende, nachteilige finanzielle Auswirkungen.

Der Gemeinderat wird gebeten, folgende Fragen zu beantworten:

1. Welche Auswirkungen auf das Verhältnis zu den Plakatierungsunternehmungen erwartet er von der genannten Reduktion der Orte für Plakatstellen und anderen reglementarischen Einschränkungen gegenüber dem bisherigen Zustand?
2. Mit welchen finanziellen Einbussen für die Stadt ist in deren Folge jährlich zu rechnen?
3. Welche Massnahmen gedenkt der Gemeinderat zu ergreifen, damit Einnahmehausfälle unterbleiben oder kompensiert werden?

Bern, 11. März 2004

Interpellation Fraktion FDP (Hans Peter Aeberhard), Stephan Hügli-Schaad, Christian Wasserfallen, Christoph Müller, Thomas Balmer, Dolores Dana, Rolf Häberli, Mario Imhof, Markus Kiener, Ueli Haudenschild, Hans-Ulrich Suter, Jacqueline Gafner Wasem, Karin Feuz-Ramsayer, Heinz Rub

Antwort des Gemeinderats

Zu Frage 1:

a) Verhältnis zu den Plakatierungsunternehmungen

Die Plakatierung auf öffentlichem Grund ist in der Sondernutzungskonzession betreffend die Plakatierung auf dem öffentlichen Grund der Stadt Bern vom 10. Juli 2002 sowie im Vertrag betreffend Bus- und Tramwarteallen vom 1. November 2000 geregelt. Vertragspartnerin der Stadt ist die Allgemeine Plakatgesellschaft (APG). Die beiden Vereinbarungen bzw. die darin festgelegten Plakatflächen bleiben während der Dauer der Verträge (2009 bzw. 2012) grundsätzlich bestehen und müssen nicht an das Reklamereglement angepasst werden. Falls diese Vereinbarungen auf Veranlassung einer Vertragspartei vorzeitig geändert werden sollen, ist das neue Recht massgebend.

b) Auswirkung der Änderung von Artikel 23 Absatz 2 Reklamereglement (RR) und andere regulatorische Einschränkungen

Während der Beratung des Reklamereglements hat der Stadtrat verschiedene Änderungen an der Vorlage des Gemeinderats beschlossen. Beispielsweise dürfen gestützt auf Artikel 23 Absatz 2 RR auf gewissen Altstadtplätzen keine Plakatstellen mehr bewilligt werden. Davon betroffen sind der

- Waisenhausplatz (heute: 8 Plakate Format F4)
- Bärenplatz (2 Plakate F4)
- Bundesplatz (keine Plakate)
- Kornhausplatz (keine Plakate)
- Theaterplatz (keine Plakate)
- Casinoplatz (14 Plakate F4)

Im Zusammenhang mit den Bauarbeiten auf dem Casinoplatz mussten einige Plakate entfernt werden. Es stellt sich die Frage, ob sie – gestützt auf die Konzession – wieder hergestellt werden dürfen oder ob das neue Reglement dies verbietet. Sollen die Plakate wieder am gleichen Ort hingestellt werden, so ist dies gemäss den baurechtlichen Bestimmungen und der Konzession, die ein unwiderrufliches und gesetzesbeständiges Recht begründet, zulässig. Wird indessen ein neuer Plakatstandort gewählt, muss ein neues Baugesuch eingereicht werden, das nach dem neuen Recht (Verbot für Fremdreklame auf dem Casinoplatz) nicht bewilligt werden kann. Für alle auf Veranlassung der Stadt aufgehobenen Plakatstellen, die nicht anderswo ersetzt werden können, ist Entschädigung zu leisten. Im Rahmen der nächsten Ausschreibung (2010) können keine Plakatstellen auf den oben genannten Plätzen mehr angeboten werden.

Weitere Änderungen des Stadtrats, die sich voraussichtlich einschränkend auf die Bewilligungspraxis auswirken werden, beziehen sich auf Artikel 3 (Unterschreiten des 3 m Abstands), Artikel 1 + 9 (Sicherheit für Personen im Rollstuhl oder mit Kinderwagen), Artikel 27 (Grünflächen, Schutzzonen, Freiflächen, Landwirtschaftszonen und Gewässer). Von den aufgeführten Bestimmungen wird Artikel 27 vermutlich die grösste Tragweite haben: Demzufolge sind auf derjenigen Strassenseite, die z.B. an eine Grünfläche grenzt, keine Plakate mehr gestattet. Von diesem neuen Tatbestand ist gemäss Angaben des Bauinspektorats eine grössere Anzahl Plakatstandorte betroffen. Genaue Zahlen können noch nicht genannt werden. Das Tiefbauamt erfasst zurzeit alle Plakatstellen auf öffentlichem Grund. Ab Februar 2005 sollen diese Daten im GIS eingesehen werden können. Dann wird es auch möglich sein, die genaue Anzahl der auf Ende 2009 aufzuhebenden Plakatstellen zu ermitteln. Von der Regelung betroffen sind u.a. Murtenstrasse, Bremgartenstrasse, Laubeggstrasse, Marzillstrasse, Bottigenstrasse, Schlossstrasse, Spitalackerstrasse und Viktoriastrasse.

Soweit sich die Interpellation auf die grundsätzlichen Auswirkungen der Rechtslage mit oder ohne Reklamereglement bezieht, sei auf den Vortrag des Gemeinderats zum Reklamereglement verwiesen. Dort sind die Wirkungen der einzelnen Vorschriften ausführlich erläutert. Ohne städtisches Reglement gelten lediglich die Vorschriften der eidgenössischen Signalisationsverordnung vom 5. September 1979¹, die Verordnung über die Aussen- und Strassenreklame vom 17. November 1999², Artikel 9 Baugesetz vom 9. Juni 1985³ sowie Artikel 108 und 130 Bauordnung der Stadt Bern vom 15. Mai 2002⁴. Diese Bestimmungen ermöglichen zwar eine Lenkung der Plakatierung unter dem Aspekt der Verkehrssicherheit, der Ortsbildschutz

¹ SSV, SR 741.21, Art. 95 - 100

² VASR; BSG 722.51

³ BauG; BSG 721

⁴ BO, SSSB 721.1

kann hingegen nur ungenügend wahrgenommen werden. Die BO regelt lediglich Lichtreklamen in Altstadt und Matte sowie Reklamen, die von öffentlichen Verkehrs- oder Parkanlagen und Lauben aus sichtbar sind. Ohne Reklamereglement könnten somit Plakatstellen, insbesondere auf privatem Grund nur in wenigen Fällen verboten werden.

Zu Frage 2:

Die Einnahmen der Stadt aus der Plakatierung auf dem öffentlichen Grund sind in der Sondernutzungskonzession vom 2. Juli 2002 festgelegt. Die jährliche Konzessionsgebühr bleibt unangetastet, solange die von der Konzession erfassten Standorte bewirtschaftet werden können. Der Vertrag über die Bus- und Tramwartehallen vom 1. November 2000 verpflichtet die APG zu Sachleistungen, eine Gebühr wurde nicht vereinbart.

Das Reklamereglement enthält keine Bestimmung, wonach Plakatstellen, die gegen das neue Recht verstossen, zu entfernen sind. Doch hat der Stadtrat an seiner Sitzung vom 12. Februar 2004 dem Gemeinderat den Auftrag erteilt, alle Plakate auf öffentlichem Grund, die den Vorschriften des Reglements widersprechen, mit dem Ablauf der Konzession entfernen zu lassen. Die Einnahmen der Stadt werden somit durch das Inkrafttreten des Reklamereglements noch nicht erheblich geschmälert. Wird allerdings die in der Konzession vereinbarte Werbefläche während der Laufzeit der Konzession (bis 2009) reduziert (z.B. wegen Bauvorhaben), muss die Gebühr entsprechend angepasst werden, wodurch sich die Einnahmen verringern werden. Im Zeitpunkt der Erneuerung der Konzession werden die Reklamestandorte überprüft werden müssen. Ab 2009 dürfen nur noch Plakatstellen bestimmt werden, die mit dem Reklamereglement übereinstimmen. Wie viele Plakatstellen entfernt werden müssen, kann erst nach abgeschlossener Bestandsaufnahme seitens des Tiefbauamts festgestellt werden. Nach Angaben des Bauinspektorats wird ca. die Hälfte der bestehenden Standorte wegfallen, was sich erheblich auf die Höhe der Konzessionsgebühr auswirken dürfte.

Im Voranschlag vom 23. Juni 2004 (S. 484) sind durch die Plakatierungsreform (so bezeichnet von der APG) verursachte Mindereinnahmen von Fr. 600 000 budgetiert. Dazu ist festzuhalten, dass die Plakatierungsreform die Reduktion der F4 Plakatstandorte betrifft, welche die APG bereits während den Vertragsverhandlungen aus wirtschaftlichen Gründen angekündigt hatte und zurzeit durchführt. Gründe dafür sind die sinkende Nachfrage nach dem F4 Format sowie die Aufhebung von Plakatstellen an wenig frequentierten Standorten. Da kein Realersatz gefunden werden konnte, muss die Verkleinerung der Werbefläche mit einer noch im Detail zu bestimmenden Reduktion der Konzessionsgebühr kompensiert werden, welche nun im Voranschlag berücksichtigt worden ist. Diese dürfte sich im Rahmen von 15% halten. Zwar hat sich die APG bemüht, Ersatzstandorte für die aufgehobenen Plakate vorzuschlagen, doch mussten die meisten Gesuche abgewiesen werden, weil sie laut Auskunft des Bauinspektorats Standorte in Parkanlagen und Freiflächen betrafen. Zu erwähnen ist ferner die politische Werbung. In der Konzession war ein reduzierter Service der APG vorgesehen. Dies stiess auf heftigen Protest der politischen Parteien. Nachdem Artikel 19 Reklamereglement vom Stadtrat so umformuliert wurde, dass Anspruch auf „Politständer“ besteht, wird die Stadt Bern der APG einen Gebühreennachlass von ca. 10% gewähren müssen.

Gesamthaft dürfte das Reklamereglement nach grober Schätzung aus heutiger Sicht eine Einbusse an Gebühren in der Höhe von ca. 1,5 Mio. Franken bewirken.

Zu Frage 3:

Ziffer V Absatz 1 der Konzession sieht vor, dass die APG spätestens auf Ende 2007 über das Vorgehen der Stadt nach Vertragsende orientiert werden muss. Deshalb muss der Gemeinderat im Verlauf des Jahres 2007 konkrete Pläne und Strategien über die Plakatierung auf öffentlichem Grund ausarbeiten und die APG darüber orientieren. Die Bestimmungen des Re-

klamereglements werden den Rahmen zum Ausarbeiten der ab 2010 geltenden Konzession bilden. Die neue Konzession darf keine rechtswidrigen Plakatstellen mehr umfassen. Bei der Debatte um das Reklamereglement wurde dem Ortsbildschutz und städtebaulichen Kriterien eindeutig mehr Gewicht beigemessen als wirtschaftlichen Interessen in Form von Werbeeinnahmen. Das Reglement gibt planerischen Interessen den Vorrang gegenüber den im Reklamewesen zu erzielenden Einnahmen sowie den Interessen der Plakatierungsfirmen. Weil das Reklamereglement die Plakatierung regeln und beschränken soll, wird es vermutlich nicht möglich sein, Einbussen zu kompensieren.

Bern, 11. August 2004

Der Gemeinderat