

Motion Christa Ammann (AL): Für einen werbefreien öffentlichen Grund

Antrag

Der Gemeinderat wird aufgefordert, die bestehenden Werbekonzessionen mit der APG AG und der Clear Channel AG nach deren Vertragsende nicht mehr zu erneuern und keine weiteren Werbekonzessionen mehr zu vergeben, so dass der öffentliche Grund inkl. Bus- und Tramhaltestellen von kommerzieller Werbung befreit wird¹. Das Reklamereglement ist entsprechend anzupassen.

Begründung

Werbung ist im öffentlichen Raum omnipräsent und versucht die Aufmerksamkeit von PassantInnen, Auto-, Velo- und anderen FahrerInnen auf ein Produkt zu lenken und zum Konsum anzuregen.

Kleine lokale Unternehmen können es sich kaum mehr leisten, die Werbeflächen im öffentlichen Raum zu mieten, somit ist der Platz frei für multinationale Konzerne, Grossunternehmen und andere Interessensverbände mit grossem Budget.

Der Gemeinderat hat kürzlich bekannt gegeben, dass nun auch die Stadtpläne für zusätzliche Werbeflächen weichen müssen. Argumentiert wurde damit, dass die Pläne kaum mehr genutzt werden, Mehreinnahmen möglich sind und sich die Gemeinderätin nicht von Werbeplakaten gestört fühle. Ob dieses Vorgehen überhaupt mit dem Reklamereglement vereinbar ist, ist zu bezweifeln.

Die Motionärin ist überzeugt, dass die fortschreitende Kommerzialisierung des Stadtraums der falsche Weg ist, denn Werbung hat unbestreitbar negative Effekte auf das Wohlbefinden der Bevölkerung im öffentlichen Raum. Dies zeigen nicht zuletzt die sehr positiven Reaktionen auf Werbeverbote wie zuletzt in Grenoble beschlossen. Andere Beispiele sind Sao Paulo (Brasilien), die norwegische Stadt Bergen und auch in Brüssel bestehen restriktive Werbevorschriften. In all diesen Städten haben die neuen Freiflächen kreative Gestaltungsräume geschaffen. Die ohnehin allgegenwärtige Konsumstimulierung wird ein klein bisschen in den Hintergrund gerückt. Die Stadt Bern hat die Chance in der Schweiz diesbezüglich eine Vorreiterrolle zu spielen. Bern soll mehr sein als ein Shoppingcenter und eine Plakatwand, nämlich eine lebenswerte Stadt, die auch zum Flanieren und Verweilen einlädt.

Ob die Verschmutzung des öffentlichen Raumes mit Werbebotschaften mit finanziellen Argumenten zu rechtfertigen ist, wird von der Motionärin in Frage gestellt: Aus den Antworten aus der Interpellation der Alternativen Linken „Welche Einnahmen macht die Stadt Bern mit der Vergabe der Werbekonzessionen?“ kann abgeleitet werden, dass die Einnahmen, welche die Stadt Bern bisher mit den Konzessionen gemacht hat nur gerade 0.32% der jährlichen Einnahmen der Stadt Bern ausmachen (2013).

Dieser Vorstoss wurde verfasst von Markus Flück und Christa Ammann:

Die AL Bern versteht sich als basisdemokratischer Zusammenschluss, deren gewählte Person in Delegiertenfunktion die Anliegen von anderen ihr nahestehenden Gruppen, Einzelpersonen und nicht-parlamentarisch-aktiven AL-Menschen ins Parlament trägt. Im Sinne der Transparenz und um der Personenfixierung auf die parlamentarische Vertretung entgegenzuwirken, wird deshalb der Name des/der VerfasserInnen auf dem Vorstoss erwähnt (ausser die Urheber innen wünschen explizit, dass dies nicht so sein soll).

¹ Um Missverständnissen vorzubeugen: Weiterhin bestehen sollen Stadtplananlagen und Kulturplakate, Anschlagstellen für die Allgemeinheit, Information der Bevölkerung über die Tätigkeit der Behörden sowie die temporären Plakatstellen vor Wahlen und Abstimmungen (während vier Wochen vor dem Termin).

Begründung der Dringlichkeit

Die beiden Konzessionen sind bis 2018 vergeben. Es ist davon auszugehen, dass die Ausschreibung, respektive Neuverhandlung oder stille Verlängerung der Vergabe diesmal frühzeitig erfolgen wird. Es muss vor der Ausschreibung Klarheit herrschen, ob eine erneute Vergabe überhaupt erwünscht ist.

Die Dringlichkeit wird vom Büro des Stadtrats abgelehnt.

Bern, 15. Januar 2015

Erstunterzeichnende: Christa Ammann

Mitunterzeichnende: Rolf Zbinden, Luzius Theiler, Mess Barry