

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 der 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?
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