

Linke wollen Verbot

Bitte keine Werbung!

Kommerzielle Aussenwerbung sei klimaschädigend, finden linke Politiker in der Stadt Bern. Doch ein Verbot hätte teure Konsequenzen.



Kaspar Keller

Publiziert heute um 05:53 Uhr

40



Der Stadt könnten durch ein Verbot Einnahmen von bis zu 5,5 Millionen Franken wegfallen.

Foto: Adrian Moser

Werbung führt zu Konsum. Der wiederum führt zu Ressourcen- und Energieverbrauch. Deshalb wollen linke Mitglieder des Stadtrats kommerzielle Aussenwerbung gleich ganz verbieten, da diese dem Ziel der Stadt Bern, klimaneutral zu werden, diametral entgegenlaufe. Über eine entsprechende Motion wird in der anstehenden Stadtratssitzung beraten.

Der Gemeinderat hat sich in seiner Antwort gegen die Motion ausgesprochen. Ein generelles Verbot von Werbung auf privatem Grund wäre «unverhältnismässig und würde gegen die Wirtschaftsfreiheit verstossen». Einschränkungen von Werbung auf öffentlichem Grund seien nur so weit zulässig, wenn sie auf «überwiegenden öffentlichen Interessen beruhen und verhältnismässig sind», wie der Gemeinderat in seiner Antwort festhält.

Nicht wortwörtlich umsetzbar

Nicht zufrieden mit der Antwort des Gemeinderates ist Jelena Filipovic. Die Stadträtin politisiert für das Grüne Bündnis und hat die Motion miteingereicht. Sie anerkennt, dass die Motion nicht wortwörtlich übernommen werden kann, dennoch ist sie überzeugt, dass zumindest ein Teil der Forderungen umsetzbar ist.

So würden andere europäische Städte, wie Haarlem in den Niederlanden oder Grenoble in Frankreich, bereits in diese Richtung gehen. «Auch in der Berner Altstadt gibt es ja bereits Beschränkungen zur Werbung im öffentlichen Raum», sagt Filipovic.



Die Aussenwerbung in der Stadt Bern wird über die Goldbach Neo OOH AG geschaltet, die wie diese Zeitung zur TX Group gehört.

Foto: Adrian Moser

«Selbstverständlich» gegen ein Werbeverbot ist FDP-Stadtrat Nik Eugster. Er ärgert sich, dass im Stadtrat regelmässig Motionen diskutiert werden mit Forderungen, über die die Stadt keine Kompetenzen hat.

«Die Motion zeugt von einem kompletten Fehlverständnis unserer Wirtschaft», sagt Eugster. «Es ist nicht die Frage, ob etwas beworben wird, sondern wo. Würde Werbung in Bern verboten, flössen die Budgets einfach ins Ausland zu den grossen Internetgiganten.»

Den Vorwurf der Wirtschaftsfeindlichkeit weist Filipovic von sich. «Es ist ja nicht die Bäckerei um die Ecke, die sich die 1200 Franken für eine Woche Plakatwerbung leistet», sagt die Stadträtin. Die Plakate zeigten primär Werbung für Autos oder Detailhändler.

SP beschliesst Stimmfreigabe

Es ist eher unwahrscheinlich, dass der Stadtrat die radikale Motion annimmt. Selbst in der SP, der stärksten Partei im Stadtrat, gehen die Meinungen auseinander. «Wir haben die Motion intensiv diskutiert und haben uns für eine Stimmfreigabe entschieden», sagt Barbara Keller, Präsidentin der SP/Juso-Fraktion.

Einerseits sehe man es als sinnvoll an, den öffentlichen Raum von Werbung freizuhalten. «Aussenwerbung sorgt für Reizüberflutung, greift in den Wohn- und Lebensraum ein und führt zu mehr Konsum», sagt Keller.

Andererseits anerkennt die Partei, dass das übergeordnete Recht nur begrenzt Handlungsspielraum zulässt. Zudem gibt sie zu bedenken, dass die Stadt mit den Plakaten auch Einnahmen generiert.

Warnhinweis für klimaschädliche Werbung?

Es ist nicht das erste Mal, dass sich die städtische Politik mit einem Werbeverbot befassen muss. Ein ähnlicher Vorstoss wurde schon im Jahr 2017 behandelt – und mit 22 Ja- zu 36 Nein-Stimmen abgelehnt.



In den letzten Jahren hat sich der Stadtrat mehrmals mit Einschränkungen in der Aussenwerbung befasst.

Foto: Adrian Moser

Letztes Jahr überwies der Stadtrat einen anderen Vorstoss zum Thema. Bis Ende 2026 muss der Gemeinderat nun prüfen, ob ein städtisches Werbeverbot für Flugreisen und Autos umsetzbar ist. Werbung für Ferien in fernen Destinationen müsste dann möglicherweise mit einem Warnhinweis versehen werden.

Gemeinde profitiert finanziell

Da die Stadt an Plakatwerbung im öffentlichen Raum mitverdient, würde bei einer Annahme der Motion das Loch in der Stadtkasse grösser. Tatsächlich verdient die Stadt jährlich 5,5 Millionen Franken durch kommerzielle Werbung. Laut Co-Motionärin Jelena Filipovic ist der Betrag jedoch für das Budget, im Verhältnis zu den städtischen Einnahmen, «vernachlässigbar».

Anderer Meinung ist Nik Eugster. Er sagt: «Es sind nicht nur Einnahmen durch die Plakatkonzessionen. Es würden Jobs verloren gehen und damit auch Steuereinnahmen. Dieses Verbot hätte weitreichende Konsequenzen – personelle und finanzielle.»

Bis 2019 wurden die Plakate durch Mitarbeitende der APG/SGA geklebt. Heute ist die Konzession in der Hand der Goldbach Neo OOH AG, die wie diese Zeitung zur TX Group gehört. Goldbach betreibt 1200 Plakatflächen auf dem Gemeindegebiet, der Grossteil davon steht auf öffentlichem Grund.