

Journal B

FACEBOOK
TWITTER
INSTAGRAM

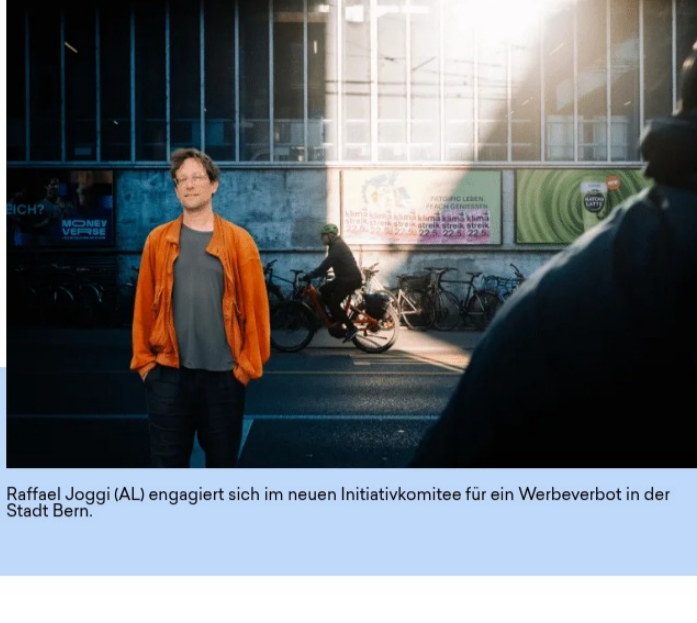
Alltag. **Politik.** Kultur.

Politik

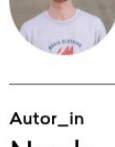
Jetzt soll die Stimmbevölkerung entscheiden

von Noah Pilloud – 1. Mai 2026

Werbung Im Stadtrat wird das beschlossene Werbeverbot nächste Woche wohl abgeschrieben. Deshalb will ein Komitee um die Alternative Linke dem Anliegen mit einer Initiative auf die Beine helfen.



Raffael Joggi (AL) engagiert sich im neuen Initiativkomitee für ein Werbeverbot in der Stadt Bern.



Autor_in

Noah Pilloud

Redaktor bei Journal B. Noah Pilloud arbeitet zudem als Redaktor bei RaBe-Info und engagiert sich in der Freizeit bei der bärner studizyig.

TEILEN MIT

FACEBOOK

TWITTER

EMAIL

Ein Getränkehersteller behauptet, dass sein Sportgetränk den Körper besser mit Wasser versorge als Wasser. Eine Automarke verspricht ein Freiheitsgefühl sondergleichen. Und die Werbeindustrie macht Werbung für Werbung.

Wer in der Stadt Bern unterwegs ist, begegnet in nur wenigen Minuten dutzenden von Werbeplakaten. Am Strassenrand, am S-Bahnhof, auf dem Quartierplatz. Die bunten, mal kreativen, mal plumpen, mehr oder weniger optisch ansprechenden Papierbögen in F12 oder Weltformat prägen das Stadtbild genauso wie die Busse, die Form der Abfalleimer oder die Architektur.

Dem will eine städtische Initiative ein Ende setzen. «Bern Werbefrei» heisst das Anliegen. «Werbung ist dazu da, uns zu Konsumententscheidungen zu führen – es ist eine Form der Manipulation», sagt Raffael Joggi, Stadtrat für die Alternative Linke (AL). Diese Manipulation hat aus der Sicht von Joggi nichts im öffentlichen Raum verloren. «Der öffentliche Raum ist ein Begegnungsort und gehört uns allen.»

«Werbung ist dazu da, uns zu Konsumententscheidungen zu führen – es ist eine Form der Manipulation.»

Deshalb fordert die Initiative ein Werbeverbot in der Stadt Bern. Seit heute sammeln die Initiant*innen die 5'000 dafür nötigen Unterschriften. Ein halbes Jahr haben sie dafür Zeit. Neben der AL sind die Parteien PdA, Juso, Tier im Fokus sowie die Grün alternative Partei (GaP) im Initiativkomitee vertreten. Hinzu kommt die Gruppe Transition Bern.

Der kurzzeitige Erfolg im Stadtrat

Das Anliegen hat eine Vorgeschichte in der Stadt Bern. Bereits im Jahr 2017 reichte die AL einen entsprechenden Vorstoss im Stadtrat ein. Damals fand die Forderung aber noch keine Mehrheit im Parlament. Vor rund zwei Jahren schien sich der Wind leicht gedreht zu haben. Eine weitere Motion, die ein Verbot von kommerzieller Werbung forderte, nahm der Stadtrat damals knapp an. Unter anderem, weil ein Grossteil der SP-Fraktion dafür stimmte.

Der Beschluss führte aber innerhalb der SP zu kontroversen Diskussionen. In der Budgetdebatte vergangenen September stimmte die Mehrheit der SP-Fraktion dann für einen Antrag, der die Einnahmen aus den Konzessionen für Plakatstellen weiterhin einplanen wollte. Der Antrag bewegte bereits in den Wochen zuvor die Gemüter (**Journal B berichtete**). Die Befürworter*innen des Werbeverbots fühlten sich hintergangen. Sie sahen im Antrag ein Signal an den Gemeinderat, die Abschreibung der Motion zu beantragen.

«Eine Abschreibung würde bedeuten, dass die Sache ad acta gelegt wird.»

Und darauf läuft es hinaus: Nächsten Donnerstag entscheidet der Stadtrat über den Antrag der Stadtregierung. Eine Abschreibung würde bedeuten, dass die Sache ad acta gelegt wird. Ein Werbeverbot wäre damit wohl für längere Zeit vom Tisch. Deshalb wollen die Befürworter*innen dem Anliegen mit der Initiative neuen Schub verleihen. An die Zukunft der Motion glaubt Raffael Joggi nicht mehr: «Wir gehen aber davon aus, dass die Abschreibung eine Formsache sein wird.» Sollte eine Mehrheit im Stadtrat doch am Vorstoss festhalten, wird das Komitee aber darüber diskutieren, ob es die Initiative zurückziehen will.

Das lokale Gewerbe wäre nicht betroffen

Wie aber soll dieses Werbeverbot konkret aussehen? Verschwinden nach Annahme alle Plakat- und Stellwände aus der Stadt? Nicht ganz. Im Wortlaut liest sich der Initiativtext folgendermassen: «Fremdreklame ist auf dem gesamten Stadtgebiet nicht bewilligungsfähig.»

In ihrem Argumentarium schreibt das Initiativkomitee zudem, nicht betroffen wären Stadtplananlagen und Kulturplakate, Anschlagstellen für die Allgemeinheit sowie temporäre Reklamen. Die Initiant*innen haben offenbar nicht eine Stadt ganz ohne Plakate und Aushänge vor Augen. Sie wollen zwischen Information und dauerhafter kommerzieller Werbung unterscheiden, schreiben sie auf ihrer Website.



Werbung ist in Bern überall präsent, hier am Bollwerk. Doch was zählt als Werbung? (Foto: David Fürst)

Mit dem Begriff der Fremdreklame greifen sie einen Begriff auf, der im Reklamereglement der Stadt bereits umrissen ist. Fremdreklame ist die Werbung dann, wenn ihr Standort nicht in einem Zusammenhang mit dem Inhalt der Werbung steht. Das betrifft etwa die Plakatwände und Leuchtkästen, für die die Stadt Konzessionen vergibt und die derzeit von Goldbach Neo und APG bespielt werden.

Davon unterscheiden sich Firmenanschriften und Eigenreklame. Diese sind am Gebäude oder in unmittelbarer Nähe eines Geschäfts angebracht. Solche Werbung soll auch mit der Initiative noch erlaubt sein. «Auch Kulturplakate sollen weiterhin erlaubt bleiben», sagt Raffael Joggi.

Der Stadtkasse würden Gelder fehlen

Kommerzielle Werbung in der Öffentlichkeit mag für einige störend wirken. Doch für die Stadt ist sie ein lukratives Geschäft. Jährlich nimmt sie 5,5 Millionen Franken ein durch die Vergabe von Konzessionen.

Für die Gegner*innen des Werbeverbots ist das ein wichtiger Punkt. Das Argument brachten sie bereits vor zwei Jahren in der Stadtratsdebatte vor. Und auch der Antrag in der Budgetdebatte wurde mit diesen Einnahmen begründet.

«Für die Stadt ist kommerzielle Werbung ein lukratives Geschäft.»

Für die Initiant*innen ist die Frage nach den Einnahmen hingegen zweitrangig. «Die Initiative setzt die Frage, wie öffentlicher Raum genutzt werden soll, höher als kommerzielle Verwertungsinteressen», heisst es im Argumentarium.

Doch sind diese Einnahmen für die Stadt wirklich so entbehrlich? Der Gemeinderat hat es sich zur Aufgabe gemacht, im Finanzhaushalt aufzuräumen und Prioritäten zu setzen. Da können 5,5 Millionen Franken weniger schon mal dazu führen, dass die eine oder andere Leistung als weniger dringlich behandelt wird.

«Es fallen immer Kosten an, wenn man etwas verbessern will», meint Raffael Joggi dazu. Ausserdem hat die Stadt bisher immer profitiert, dass sie Geld ausgibt, um dem Stadtbild Sorge zu tragen. So sei die Stadt heute lebenswerter, so dass die Leute nicht zuletzt deswegen eher blieben und damit das Steuersubstrat stetig wachse.



«Kulturplakate sollen weiterhin erlaubt bleiben», sagt Raffael Joggi (AL). (Foto: David Fürst)

Das Grüne Bündnis fehlt

Diese Diskussionen schwappen mit der Initiative nun vom Parlament auf die Stimmbevölkerung über. Es dürfte spannend werden, zu beobachten, ob sich hier dieselben Konfliktlinien bilden wie im Stadtrat. Und ob die Wähler*innen die Sache gleich bewerten wie ihre Vertreter*innen.

Kommt die Initiative zustande, wird ebenfalls interessant, wie sich die Parteien und ihre jeweilige Basis im Abstimmungskampf verhalten. Der Blick auf die Zusammensetzung des Initiativkomitees verrät dabei schon einiges. So wird die Juso wohl gegen ihre Mutterpartei antreten. Denkbar ist aber auch, dass die SP-Basis einem Werbeverbot wohlgesonnener gegenübersteht als ihre Stadtratsfraktion.

Was beim Blick auf das Initiativkomitee ebenfalls auffällt: Das Grüne Bündnis (GB) fehlt. Dabei hatte die Partei die Motion im Stadtrat damals mit eingereicht. Die Abwesenheit des GB habe aber nichts mit dem Anliegen an sich zu tun, sagt Raffael Joggi. Ihre Partei unterstütze ein Werbeverbot nach wie vor, sagt Co-Präsidentin Anna Leissing auf Nachfrage: «Wir werden entsprechend auch die Abschreibung im Stadtrat ablehnen.» Weil in diesem Jahr voraussichtlich die Abstimmung über die städtische Klimainitiative ansteht, will das GB die eigenen Ressourcen darauf fokussieren, so Leissing weiter. «Inwiefern das GB die Initiative über die ideelle Unterstützung hinaus in der Abstimmungskampagne unterstützen wird, diskutieren wir zu gegebener Zeit.»

«In der Westschweiz wird das Anliegen auch von SP und Grünen getragen. Wir gehen davon aus, dass das in Bern auch möglich ist.»

AL-Stadtrat Raffael Joggi ist zuversichtlich, dass die Initiative breite Unterstützung finden wird, sollte sie zustande kommen. Es handle sich schliesslich nicht um ein reines Links aussen-Thema: «In der Westschweiz wird das Anliegen auch von SP und Grünen getragen. Wir gehen davon aus, dass das in Bern auch möglich ist.»

Eine Stadt Bern, frei von kommerzieller Werbung, dahin ist es noch ein weiter Weg. Sollte die Initiative zustande kommen, ist es auch möglich, dass Parlament und Regierung eigenen Gegenvorschlag ausarbeiten. Dieser könnte die Werbung im öffentlichen Raum stark beschränken, statt ganz zu verbieten.

Egal, wie die Sammelphase verläuft und ob die Initiative tatsächlich angenommen würde: Bern diskutiert in den kommenden Monaten wohl intensiver über die Bedeutung des öffentlichen Raums. Zumindest das wird die Initiative erreichen.

Über Journal B

Redaktion

Jetzt Mitglied werden!

Hilfe & FAQ

Meldensteine

Kontakt

Impressum

AGB & Datenschutz

«Journal B» – Sagt, was Bern bewegt

Das Online-Magazin Journal B berichtet über die Themen Politik, Alltag und Kultur in der Bundesstadt. Im Zentrum stehen die Analyse und der journalistische Weitblick. Mit überraschenden Geschichten und interessanten Zugängen wird das Leben in Bern abgebildet.

© 2026 Journal B

Partner

Mitglieder Journal B

Bürgergemeinde Bern

Berner Kantonalbank

Römisch-katholische

Gesamtkirchengemeinde Bern

und Umgebung

GVB Kulturstiftung

Ev.-ref. Gesamtkirchengemeinde

Bern

Nach oben