

Interpellation Nr. 63 (September 2008)

08.5245.01

betreffend privates Monopol der Allgemeine Plakatgesellschaft (APG)
gefährdet die politische Meinungsbildung

Auf das Jahr 2008 hat die APG ihre Tarife für den Plakataushang mehr als verdoppelt. Der Preis für eine normale politische Plakatierung (4 Wochen Streuaushang, 4 Wochen Wahlständer) stieg gegenüber 2007 um über 100% von CHF 4'856 auf CHF 12'012. Dies geschah ohne Vorankündigung. Die APG verweist auf eine Veranstaltung vom vergangenen Herbst. An dieser Veranstaltung soll die Preiserhöhung kommuniziert worden sein. Die schriftlich abgegebenen Unterlagen enthalten aber die niedrigen Tarife, welche für das Jahr 2007 gegolten haben. Die von der APG ins Feld geführte qualitative Verbesserung ist nicht erkennbar. Die Wahlständer stehen an den gleichen Orten wie 2007. Und was z.B. eine Plakatierung in der Autoeinfahrt zum Parking der Migros Effringerstrasse soll, bleibt rätselhaft.

Die APG hat vom Kanton Basel-Stadt nach einer Ausschreibung einen Vertrag über 15 Jahre erhalten. Auf meine Rückfrage beim Baudepartement erhielt ich die Antwort, die Preiserhöhung sei dem Departement seit Frühjahr 2008 bekannt, es handle sich um eine Anpassung an das schweizerische Preisniveau.

Diese Aussage erstaunt, da es sich bei den allermeisten Standorten um Allmend handelt, welche ausschliesslich im Besitz des Kantons ist. Es darf doch nicht sein, dass schweizerische Mittelwerte als Grundlage für alle Kantone gelten. Weder besteht ein Konkordat, noch sind in diesem Bereich irgendwelche Bundesregeln erlassen worden. Zum Beispiel in Genf sollen für die politische Plakatierung gesonderte Regeln bestehen.

Das Verhältnis zwischen der APG und dem Kanton Basel-Stadt war in den letzten gut 10 Jahren verschiedentlich belastet:

1997: Kurz vor Ende der Amtszeit von Regierungsrat Stutz schloss die Regierung am 25. Januar 1997 mit der APG den so genannten Toilettenvertrag ab: Die APG finanzierte WC's im Tausch für neue Standorte im System „Scrollingfars“ (im Kasten sich drehende Plakate). Für die APG ein mehr als lukratives Geschäft. Nur drei Tage später, am 28. Januar, änderte die Regierung die Verordnung über die öffentliche Plakatierung und hielt unter anderem fest, dass ab 6. Februar 1997 der Aushang öffentlich ausgeschrieben werden müsse. Die Finanzkommission kritisierte den Deal mit der APG heftig und rechnete aus, dass damit der öffentlichen Hand während der Dauer des 15 Jahre gültigen Vertrags Erträge in der Höhe von CHF 30 Mio. verloren gehen.

2000: Nachdem die GPK bereits 1999 die Regierung wegen des Vertrags mit der APG gerügt hatte, nahm 2000 die Kritik an Schärfe zu. Damals wurde erstmals auch die Umsetzung des Vertrags mit der APG kritisiert. Zudem rügte der Vertreter der EVP, dass die APG ihre Versprechen nicht einhalte.

2002 gelangte das Gesamtkonzept der öffentlichen Toilettenanlagen vor den Grossen Rat. In der Debatte wurde mehrfach festgehalten (selbst von einem Vertreter der Liberalen), der Vertrag mit der APG stinke 300 Meter gegen den Wind und komme den Kanton teuer zu stehen. Der Vertrag jedoch ist nicht kündbar. Hingegen beschloss der Grosse Rat, dass Toilettenanlagen künftig von ihm bewilligt werden müssen.

2003 wird das Konzept für die Toilettenanlagen vom Grossen Rat beschlossen.

2005: Seit einigen Jahren haben die IWB in eigener Regie Werbeflächen für Kleinplakate in dafür vorgesehenen Rahmen z.B. an ihren Stromkästen vermietet. Dies wird nun vom Baudepartement unterbunden mit dem Hinweis, auch Stromkästen stünden auf Allmend und da habe die APG laut Vertrag das Monopol. Nur die APG dürfe Aufträge an Unterfirmen weitergeben. Diese Monopolsituation führte zumindest 2007 dazu, dass die Tarife für Kleinplakate in Basel 11 Mal höher waren als in Zürich.

Und nun folgt 2008 das nächste Kapitel in der Geschichte des APG-Monopols: der anfangs erwähnte Preisaufschlag für politische Plakatierung um über 100%. Im Fall des Grünen Bündnisses schlagen die Kosten für den Aushang von 100 Plakaten mit gut 15% des Gesamtbudgets gegenüber 8% im Vorjahr zu Buche. Die APG nützt ihr privates Monopol schamlos aus und gefährdet damit die politische Meinungsbildung. Die Gefahr besteht, dass kleinere, finanzschwächere Gruppierungen nicht mehr an Wahlen teilnehmen oder auf ein Referendum

verzichten, weil sie sich so teure Kampagnen ganz einfach nicht leisten können.

Es stellen sich aus den oben stehenden Ausführungen folgende Fragen:

1. Sind in den Verträgen mit der APG Tarife vereinbart worden, oder enthalten sie zumindest Hinweise auf die Preisgestaltung?
2. Wer hat von Seiten des Kantons der mehr als 100%igen Preiserhöhung für das Jahr 2008 zugestimmt?
3. Ist die Regierung auch der Meinung, dass durch diese Preiserhöhung die politische Meinungsbildung behindert wird?
4. Kennt der Regierungsrat die Regelung, welche für politische Plakatierung im Kanton Genf gilt?
5. Wäre die Genfer Regelung auch für Basel anwendbar?
6. Welche Tarife zahlt der Kanton für seine eigenen Kampagnen (z. B. Gesundheitsförderung, Prix Schappo etc.)
7. Ist die Regierung bereit, mit der APG über reduzierte Preise für politische Meinungsbildung zu verhandeln, respektive die Regelung 2007 wieder einzufordern, allenfalls unter Berücksichtigung der Teuerungsentwicklung?
8. Ist die Regierung bereit, bei der kommenden Neuausschreibung zugunsten der politischen Plakatierung besondere Tarife zu fordern?

Urs Müller-Walz