



An den Grossen Rat

15.5246.02

PD/ P155246

Basel, 19. August 2015

Regierungsratsbeschluss vom 18. August 2015

Schriftliche Anfrage Kerstin Wenk betreffend Nutzerkontingente bei der Kulturplakatierung

Das Büro des Grossen Rates hat die nachstehende Schriftliche Anfrage von Kerstin Wenk dem Regierungsrat zur Beantwortung überwiesen:

„Seit Anfang Jahr gibt es in Basel 2'600 A2-Kulturplakatstellen auf öffentlichem Grund, was die Kulturveranstalter, welche seit Jahren auf die Schaffung zusätzlicher legaler Plakatiermöglichkeiten drängten, begrüssen. Per Anfang April 2015 hat die Verwaltung zudem ein Nutzungsmodell für die kulturelle Kleinplakatierung erlassen.

Das Modell gibt den ausführenden Plakatierungsfirmen den Rahmen ihres Geschäftes vor, indem es regelt, welche Kulturplakate sie aushängen dürfen. Auswärtige Kulturveranstaltungen dürfen gar nicht beworben werden. Das Modell beinhaltet auch eine Aufteilung der Kunden nach „nichtrenditeorientierten“ beziehungsweise „renditeorientierten“ Veranstaltern und definiert entsprechende Buchungskontingente: 60 % des gesamten Plakatstellennetzes sind durchgehend für die „Nichtrenditeorientierten“, in der Lesart der Verwaltung sind diese gleichbedeutend mit „subventioniert“.

Während einem sogenannten „renditeorientierten“ Kulturveranstalter im 2014 noch 1'900 potentielle Plakatflächen zum Anmieten zur Verfügung standen, sind es nun nur noch 1'040. Zahlreiche Kulturveranstalter, deren einziger „Fehler“ darin besteht, den Steuerzahler keinen Rappen zu kosten, werden mit drastisch verschlechterten Werbemöglichkeiten bestraft. Abgesehen von den negativen Folgen für das Kulturleben schadet das Modell den Plakatierungsfirmen massiv: viele ihrer Plakatstellen müssen erzwungenermassen leer bleiben.“

Wir beantworten diese Schriftliche Anfrage wie folgt:

Der Regierungsrat hat per Beschluss vom 7. Juli 2015 das am 4. März 2015 verabschiedete Nutzungsmodell für die Kleinplakatierung durch ein überarbeitetes und vereinfachtes Modell ersetzt. Die Abteilung Kultur hat vorgängig, am 16. Juni 2015, zu einem runden Tisch mit Vertreterinnen und Vertretern unterschiedlicher Interessen und Ansprüchen eingeladen. Auf der Basis dieser Diskussion wurde das Nutzungsmodell grundlegend überarbeitet und angepasst. Auf konkrete Bestimmungen des neuen Nutzungsmodells wird bei der Beantwortung der einzelnen Fragen eingegangen.

1. Aus welchem Grund sind ausgerechnet diejenigen Kulturinstitutionen bei der Plakatstellenvergabe zu bevorzugen, welche öffentliche Mittel beanspruchen? Genauso gut könnten doch diejenigen bevorzugt behandelt werden, welche die öffentliche Hand nicht belasten?

Die überarbeitete Version des Nutzungsmodells vom 7. Juli 2015 hebt die Unterscheidung in zwei Nutzerkreise komplett auf. Somit wird einem breiten Kulturbegriff Folge geleistet, der auch Kulturprojekte ohne öffentliche Mittel angemessen berücksichtigt. Ganz grundsätzlich liegt es im Interesse des Regierungsrates, dass die vom Kanton finanzierten kulturellen Angebote eine entsprechende Sichtbarkeit im Bereich von Kommunikation und Werbung haben. Mit dem neuen Nutzungsmodell will er garantieren, dass diese auch stattfinden kann.

Die Plakatflächen für die Kleinplakatierung auf öffentlichem Grund werden vom Kanton zu sehr günstigen Konditionen bereitgestellt und derzeit von den beiden Kleinplakatierungsunternehmen Kulturbox und S.E.A. Kulturservice bewirtschaftet. Anders als der Grossteil der Grossplakatflächen, welche durch die APG an überwiegend renditeorientierte Kunden vergeben werden, sollen die Kleinplakatflächen in erster Linie nichtrenditeorientierten Kulturanbietern zugutekommen, da diese in den allermeisten Fällen über äusserst knappe Werbebudgets verfügen. Dabei spielt es keine Rolle, ob ein Kulturanbieter durch öffentliche Mittel unterstützt wird oder nicht. Dies war bereits in der ersten Version des Nutzungsmodells vom 4. März 2015 so: die Liste für Nutzerkreis 1 war explizit als erweiterbar angelegt.

2. Wie hat die Verwaltung die Abgrenzung zwischen „nichtrenditeorientiert“ beziehungsweise „renditeorientiert“ vorgenommen? Warum ist beispielsweise das verlustbringende Konzert einer lokalen Nachwuchsband in der Kuppel als renditeorientiert einzustufen, nicht hingegen dasjenige eines grossen internationalen Acts in der Kaserne Basel?

Ausgangs- und Orientierungspunkt für die Neuorganisation des Kleinplakatierungswesens in Basel-Stadt ist eine Studie, die im Auftrag des Bau- und Verkehrsdepartement des Kantons Basel-Stadt ausgearbeitet wurde. Auf dieser Basis verfasste das Bau- und Verkehrsdepartement einen Bericht zuhanden der Regierung, den der Regierungsrat am 25. März 2014 genehmigte. Mit der Genehmigung wurde die Abteilung Kultur beauftragt, in Absprache mit der Allmendverwaltung, den Kreis der Berechtigten zu präzisieren. Diese Präzisierung hatte unter der Prämisse zu erfolgen, dass die „Flächen für Kleinplakate bis zum Format A2 im öffentlichen Raum alleine zur Bewerbung von nichtrenditeorientierten, öffentlichen Kulturprojekten und -veranstaltungen zur Verfügung stehen“.

Die Abgrenzung der Begrifflichkeiten „rendite- und nichtrenditeorientiert“, aber auch die Abgrenzung von ähnlichen Begriffen wie „kommerziell“ oder „gewinnorientiert“, stellt in der Tat eine Herausforderung dar. Die erste Version des Nutzungsmodells hat diesem Umstand in Form der erwähnten Nutzerkreise und Kontingente zu begegnen versucht. Die überarbeitete Version des Nutzungsmodells schliesst nun vereinfachend „Aufträge resp. Angebote von renditeorientierten Unternehmen“ aus. Das heisst, es stellt sich nicht mehr die Frage, ob mit einem einzelnen Kulturprojekt Gewinn erzielt wird oder nicht, sondern es geht lediglich um den Ausschluss von grundsätzlich profitorientierten Firmen.

- 3. Ist der Regierungsrat der Ansicht, dass die Aufteilung auf diese beiden Gruppen sinnvoll ist, und hält er es für praktikabel, beide zu unterscheiden? Ist er sich der negativen Konsequenzen für die Plakatierfirmen bewusst, wenn diese hunderte Plakatstellen leer lassen müssten, weil sie nachweislich zu wenige subventionierte Kunden haben?**

Wie bereits dargestellt, hat der Regierungsrat inzwischen ein neues Nutzungsmodell verabschiedet, das nicht mehr zwischen den beiden Gruppen unterscheidet. Es ist aber und war zu keinem Zeitpunkt abschätzbar, ob die hier genannten negativen Konsequenzen auch tatsächlich eintreffen werden. Es ist dem Regierungsrat wichtig, dass die bestehende, verhältnismässig grosse Anzahl Kleinplakatstellen optimal bespielt werden. Er ist zudem der Ansicht, dass das Plakatierungsgeschäft möglichst den Marktmechanismen folgen sollte. Daher wird die Kleinplakatierung – wie früher schon – im Rahmen der kantonalen Plakatkonzession neu ausgeschrieben.

- 4. Der Regierungsrat und die Verwaltung haben mehrfach betont, dass mit den per Anfang 2015 neu geschaffenen Plakatstellen ausreichend Plakatiermöglichkeiten bestehen, um den Bedarf aller Kulturinstitutionen zu decken. Wenn es doch für alle Kulturveranstalter genügend Stellen gibt, wieso braucht es dann ein spezielles Buchungsprivileg für gewisse Nutzergruppen? Teilt der Regierungsrat die Ansicht, dass die Kontingentierung von Stellen beweist, dass es eben doch zu wenige gibt, um den Markt frei spielen zu lassen?**

Wie der Regierungsrat in der Beantwortung einer schriftlichen Anfrage von Kerstin Wenk (RRB vom 4. November 2014) betreffend „Kulturplakatierung“ ausgeführt hat, stehen seit dem 1. Januar 2015 1'900 A2-Plakatstellen auf öffentlichem Grund zur Verfügung. Rund 700 neue Stellen werden die Kulturplakatierungsfirmen im Verlaufe dieses Jahres selber entwickeln können. Vgl. zum Thema auch die Medienmitteilung vom 29. Oktober 2014: <http://www.bs.ch/news/2014-10-29-mm-61582.html>.

Bei der Kontingentierung von Stellen ging es dem Regierungsrat darum, im Sinne der Kulturförderung auch sogenannten Nischenangeboten dWerbung zu ermöglichen. Der Regierungsrat ist der Meinung, dass die heutige Anzahl Kleinplakatflächen ausreichend und stadtverträglich ist. Im Rahmen der neuerlichen Ausschreibung der Plakatkonzession wird geprüft, ob Stellen im Sinne der Werbeeffizienz optimiert und gegebenenfalls neue geschaffen werden können.

- 5. Hat der Regierungsrat Verständnis für die Befürchtung, dass sich mit dieser Regelung unnötige Gräben zwischen Kulturveranstaltern auftun – etwa wenn Veranstalter A keine Plakate hängen darf, weil das Kontingent für Renditeorientierte ausgeschöpft ist, der subventionierte Veranstalter B gleichzeitig jedoch sehr wohl?**

Siehe Antwort Frage 1.

6. Ist er bereit, dieses Modell, welches aus Sicht einer Mehrheit von Kulturveranstaltern nicht praxistauglich ist, kritisch zu hinterfragen und in aktiver Zusammenarbeit mit allen Betroffenen auf eine angepasste Lösung hinzuarbeiten, welche allen Beteiligten gerecht wird?

Wir verweisen auf den erwähnten runden Tisch sowie die kürzlich erfolgten Anpassungen des Nutzungsmodells (vgl. RRB 15/07/85). Es sei hier aber auch angemerkt, dass es eine Lösung, welche allen Beteiligten zu 100% gerecht wird, in diesem Fall nicht gibt. Der Regierungsrat ist dezidiert der Meinung, dass das inzwischen überarbeitete Nutzungsmodell nun eine ausgewogene Lösung darstellt.

7. Ist er bereit, eine Aufhebung der Beschränkung auf regionale Veranstalter in Erwägung zu ziehen, damit Basel nicht die einzige Stadt ist, wo keine Kulturveranstaltungen aus anderen Städten beworben werden können?

Neben der Aufhebung der Nutzerkreise stellt die Aufhebung der geografischen Einschränkung auf die Region Basel die zweite grosse Änderung des überarbeiteten Nutzungsmodells dar. Der Regierungsrat anerkennt damit, dass es der gängigen Praxis entspricht, dass die Bewerbung von Kulturveranstaltungen im Austausch mit anderen Städten und Regionen geschehen kann. Entsprechend der Praxis in anderen Städten haben Angebote aus der Region Basel jedoch Vorrang vor Angeboten ausserhalb der Region.

Im Namen des Regierungsrates des Kantons Basel-Stadt



Dr. Guy Morin
Präsident



Barbara Schüpbach-Guggenbühl
Staatsschreiberin