

V2624 Anfrage (EVP-GLP-Mitte-Fraktion) "Wettbewerbsverzerrung durch staatlich initiierte und finanzierte Werbung"

Beantwortung; Direktion Präsidiales und Finanzen

Vorstosstext

In der Ausgabe 3 (April 2026) des «Köniz innerorts» wird im Artikel «Mit dem Hund durch Köniz» eine Frau portraitiert, die sich als Hundecoach betätigt und die Ausbildung zur Hundetrainerin anstrebt. Im Artikel wird ersichtlich, dass die Frau über viel Wissen im Umgang mit Hunden verfügt und daran interessiert ist, dieses mit Hundehalter:innen aus Köniz und Umgebung zu teilen und so zu einem besseren Miteinander von Menschen und Hunden beizutragen.

Mit der vorliegenden Anfrage wird weder die Qualität des Angebots noch das Engagement oder die Rolle der Portraitierten in Frage gestellt. Vielmehr stellen sich Fragen zur Rolle der Gemeinde in Bezug auf Wettbewerbsverzerrung durch staatliche Werbung.

Hundecoaching und Hundetraining sind Angebote, für die es einen Markt gibt. Allein in Köniz finden sich mehrere Anbieter:innen aus dieser Branche, die so ihren Lebensunterhalt verdienen. Auch die im Artikel portraitierte Anbieterin arbeitet gegen Entgelt, auch wenn ihr das Einkommen (momentan) eine untergeordnete Rolle zu spielen scheint. Werbung beeinflusst den Wettbewerb in diesem Markt, und der erwähnte Artikel im «Köniz innerorts» ist in seiner Wirkung mit Werbung gleichzusetzen – nota bene einer sehr wirksamen Werbung, da sie a) als behördliche Information daherkommt und b) allen Haushalten, auch solchen mit «Bitte keine Werbung»-Kleber, zugestellt wird. Damit betreibt der Gemeinderat Wettbewerbsverzerrung.

Wie ausserdem aus einem Instagram-Post hervorgeht, wurde die Frau von der Gemeinde für das Portrait angefragt.¹ Somit ist die Wettbewerbsverzerrung nicht nur mit Steuergeldern finanziert, sondern auch vom Gemeinderat initiiert. Eine Gleichbehandlung mit anderen Anbieter:innen findet nicht statt. Eine glaubwürdige Wirtschaftsförderung fördert die Wirtschaft oder eine Branche als Ganzes, nicht einzelne Anbieter:innen.

Auf S. 3 oben rechts im «Köniz innerorts» ist sogar ein QR-Code enthalten, mit dem man sich direkt im WhatsApp-Kanal der portraitierten Frau anmelden kann. Diesen Kanal bewirbt sie auch über die sozialen Medien. Es handelt sich dabei um ein niederschwelliges, zeitgemässes Angebot, um mit Interessierten und potenziellen Kund:innen in Kontakt zu treten. Indes ist es sicherlich nicht Aufgabe der Gemeinde, dieses Angebot zu bewerben. In der Tat scheint der Gemeinderat inzwischen selbst Bedenken zu hegen: Während der QR-Code in der Originalversion des «Köniz innerorts», die allen Haushalten zugestellt wurde, enthalten ist, wurde er in der Version auf der Gemeindewebsite nachträglich entfernt.²

Der Gemeinderat wird gebeten, folgende Fragen zu beantworten:

1. Ist dem Gemeinderat bewusst, dass Artikel wie «Mit dem Hund durch Köniz» zu einer Wettbewerbsverzerrung führen?
2. Warum hat der Gemeinderat die Version des «Köniz innerorts» auf der Gemeindewebsite nachträglich verändert?
3. Wurden die internen Kontrollmechanismen angepasst und die involvierten Mitarbeitenden sensibilisiert, um wettbewerbsverzerrende Berichte künftig zu verhindern?

¹ <https://www.instagram.com/p/DYCpbHKCP1g/>.

² Originalversion: https://epaper.bm-media.ch/zeitung/2026/Ausgabe_2026_04_K/#page=37 Nachträglich geänderte Version auf der Gemeindewebsite: https://www.koeniz.ch/public/upload/assets/24312/260429_innerorts.pdf?fp=2

Eingereicht

15.06.2026

Unterschrieben von 11 Parlamentsmitgliedern

Roland Akeret, Sladjan Petrovic, Arlette Mürger, Toni Eder, Katrin Aeschbacher, Sven von Gunten, Fabienne Marti Locher, Andreas Hauser, Sandra Röthlisberger, Matthias Müller, Reto Zbinden

Antwort des Gemeinderats

1. Frage 1

Der Artikel verfolgt einen klaren Zweck: Er beleuchtet ein alltagsnahes Thema von öffentlichem Interesse und vermittelt praxisnahe Informationen und Hinweise. Im Zentrum stehen Themen der Hundehaltung, des Zusammenlebens im öffentlichen Raum sowie der Sensibilisierung für Regeln und Verantwortlichkeiten. Die porträtierte Person wird dabei als Beispiel aus der Praxis beigezogen, ohne dass ihre Dienstleistungen systematisch beworben oder andere Anbieter:innen ausgeschlossen würden. Den Artikel als Ganzes erachtet der Gemeinderat als informativen und vertretbaren Beitrag.

Gleichzeitig anerkennt der Gemeinderat, dass die Wirkung solcher Beiträge im Einzelfall als grenznah wahrgenommen werden kann, insbesondere wenn Elemente wie der direkte Verweis auf einen Kommunikationskanal enthalten sind. In diesem Sinne nimmt der Gemeinderat die geäußerte Kritik ernst und hat die Fachstelle Kommunikation beauftragt, sie bei künftigen redaktionellen Entscheiden zu berücksichtigen.

Redaktionelle Inhalte in Publikationen der öffentlichen Hand müssen sorgfältig daraufhin geprüft werden, ob sie unbeabsichtigte wettbewerbliche Wirkungen entfalten können. Das gilt besonders, wenn im Rahmen eines Artikels Tätigkeiten von Personen erwähnt werden, die in einem Marktumfeld Leistungen anbieten.

2. Frage 2

Die Online-Version des Artikels wurde nachträglich angepasst und der QR-Code entfernt. Ausschlaggebend dafür war eine erneute, selbstkritische Beurteilung des Beitrags und Rückmeldungen, die nach der Publikation eingegangen sind.

Die notwendige Abgrenzung zwischen redaktioneller Berichterstattung und der Bewerbung eines konkreten Angebots wurde nicht genügend gewahrt. Die Entfernung des QR-Codes trägt dieser Einschätzung Rechnung.

3. Frage 3

Der Fall wurde intern aufgearbeitet und in der zuständigen Fachstelle Kommunikation vertieft diskutiert. Dabei wurde das Bewusstsein für mögliche wettbewerbsverzerrende Effekten nochmals geschärft. Insbesondere wird künftig bei Porträts von Personen mit (semi-)professionellen Tätigkeiten noch sorgfältiger auf die Vermeidung von direkter oder indirekter Werbung geachtet. Die Fachstelle Kommunikation verfügt über das nötige Fachwissen und die Erfahrung, um solche Fragen professionell zu beurteilen, und wird das Learning aus diesem Beispiel in die künftige redaktionelle Arbeit einfließen lassen.

Köniz, 5. August 2026

Der Gemeinderat