

Protokolleintrag vom 14.03.2012

2012/104

Dringliche Schriftliche Anfrage von Peter Küng (SP), Dr. Ueli Nagel (Grüne) und 42 Mitunterzeichnenden vom 14.03.2012: Städtische Strategie bezüglich der Werbung an den Tramaussenflächen

Von Peter Küng (SP), Dr. Ueli Nagel (Grüne) und 42 Mitunterzeichnenden ist am 14. März 2012 folgende Dringliche Schriftliche Anfrage eingereicht worden:

Die Stadt Zürich ist im Besitz eines ausgezeichnet funktionierenden öffentlichen Verkehrs. Die Fahrzeuge der "VBZ Züri Linie" sind nicht nur funktional, sie gehören in ihren seit Jahrzehnten gleich bleibenden Farben, dem Blau-Weiss unseres Stadtwappens, zur optischen Identität der Stadt Zürich. In den letzten Jahren nahm die Werbung an den Tramaussenflächen stetig zu. Nach den "Dachtafeln" begann es mit grossflächigen "Moving Poster" auf Tramfenstern, danach kamen die Trams verunstaltenden Werbeflächen am Trambug (die so genannten "Farbnasen") hinzu; und aktuell läuft ein dreijähriger Versuch, während dem gleichzeitig bis zu fünf Trams verkehren dürfen, deren komplette Aussenfläche aus Werbung besteht.

In diesem Zusammenhang bitten wir den Stadtrat, folgende Fragen zu beantworten:

1. Ist der Stadtrat auch der Ansicht, dass das Erscheinungsbild der "VBZ Züri Linie" Teil der Corporate Identity der Stadt Zürich ist, die es zu pflegen gilt?
2. Das Anbringen von Werbung im öffentlichen Raum unterliegt strengen Regeln. Nicht zuletzt, weil durch Werbung im Verkehr die Aufmerksamkeit von der Strasse abgelenkt werden kann. Erkennt der Stadtrat hierbei nicht eine Gefahr, wenn immer häufiger Verkehrsmittel selbst zur Werbefläche werden?
3. Wie viele Trams sind aktuell im Umlauf mit "Moving Poster"; für welche Firmen wird geworben?
4. Wie viele Trams mit Werbung am Bug sind im Umlauf; für welche Firmen wird geworben?
5. Garantiert der Stadtrat, dass die "Farbnasen", die offenbar da sind, "um die Einweihung des Tram Zürich-West (...) gebührend zu feiern"¹, wie angekündigt², nach März 2012 aus dem Stadtbild verschwunden sein werden?
6. Da Zürich auch eine wichtige Tourismusdestination ist, ist es nicht sehr besucherfreundlich, die Tramfenster zu verkleben. Ist diese "Moving Poster"-Werbung mit Zürich Tourismus abgesprochen?
7. Sieht der Stadtrat eine Obergrenze an Tramaussenwerbung? Wenn ja, wo liegt diese und wie kommt der Stadtrat zu genau dieser Grenze?
8. Wie wird die Kundenreaktion durch die VBZ eruiert und ausgewertet?
9. Ist der Stadtrat tatsächlich der Ansicht, dass das Ausmass der Tramwerbung von erhobenen Kundenreaktionen abhängen soll, oder sieht er als politische Behörde auch eine politische Verantwortung, die er wahrzunehmen hat?
10. Der Tages Anzeiger zitiert das "Face-Book-Team" der VBZ-Züri-Linie, welches implizit den Gemeinderat der Stadt Zürich mitverantwortlich macht für den Kostendruck, der zur Tramwerbung führt. Zitat Tages Anzeiger vom 21. Februar 2012:
"Auch die VBZ spüren den Kostendruck und sind zu unternehmerischem Handeln aufgefordert. Um das bestehende Fahrangebot aufrechterhalten und wo nötig ausbauen zu können, müssen auch neue Erlösquellen erschlossen werden. Eine davon ist Werbung in und auf unseren Trams. Die Einnahmen kommen also unseren Fahrgästen zugute. Wenn nicht durch Werbung müssten die Kosten durch höhere Ticketpreise oder durch höhere Subventionen (aus Steuergeldern) finanziert werden." Rückfrage: «Wer verursacht Kostendruck?» VBZ: «Die Politiker aus Stadt und Kanton, die als Volksvertreter einen möglichst wirtschaftlichen ÖV fordern."

Das Problem, dass der Zürcher Verkehrsverbund (ZVV) Druck macht, ist hinlänglich bekannt. Teilt der Stadtrat die Ansicht dieses "Face-Book-Teams", dass "die Politiker" der Stadt einen "möglichst wirtschaftlichen ÖV fordern"? Und teilt er dessen rein betriebswirtschaftliche Sicht der Wirtschaftlichkeit des ÖV? Wenn ja, wie kommt er zu dieser Ansicht?

¹ Die Farbnasen zur Eröffnung des Tram Zürich-West.

http://www.stadtzuerich.ch/content/dam/stzh/vbz/Deutsch/Ueber%20das%20Departement/Publikationen%20und%20Broschueren/TrafficMedia/Factsheet_Farbnasen.pdf (5.3.12)

² ebd.

Mitteilung an den Stadtrat