

Auszug aus dem Protokoll des Stadtrates von Zürich

30.03.2005

462.

Interpellation von Susi Gut betreffend VBZ, Umgestaltung von Tramfahrzeugen für Werbezwecke

Am 19. Januar 2005 reichte Gemeinderätin Susi Gut (SVP) folgende Interpellation GR Nr. 2005/17 ein:

Auf der Tramlinie 8 verkehrt eine Tramkomposition, mit welcher grossflächig für den EWZ-Solarstrom Werbung gemacht wird. Die gesamte Tramkomposition ist in den Farben des EWZ umgestaltet. Weitere umgestaltete Tramkompositionen sind oder waren im Einsatz, so zum Beispiel ein UEFA- und ein Opernhaus-Tram.

Anlässlich der Behandlung eines SVP-Postulates hat der damals zuständige Stadtrat Thomas Wagner ausgesagt, dass, so lange er Stadtrat sei, in Zürich die Trams in den Farben blau/weiss unterwegs sein werden und eine Vermietung der Trams als Werbefläche für ihn nicht in Frage komme.

In diesem Zusammenhang bitten wir den Stadtrat um Beantwortung der folgenden Fragen:

1. Wie viel kostet das Umgestalten einer Tramkomposition?
2. Haben sich die jeweiligen Institutionen an diesen Kosten beteiligt?
3. Beahlt das EWZ für die grossflächige Werbung für den EWZ-Solarstrom? Wenn ja: Wie viel? Wenn nein: Warum nicht?
4. Gedenkt der Stadtrat weitere Tramkompositionen analog diesem Beispiel für Werbung auch an private Unternehmer zu vermieten?
5. Welche Überlegungen hat der Stadtrat diesbezüglich gemacht?
6. Wurden entsprechende Abklärungen bei potentiellen Kunden gemacht?
7. Wie hoch wären die Werbeeinnahmen, wenn pro Tramlinie eine Tramkomposition als grosse Werbefläche vermietet würde?

Auf den Antrag des Vorstehers des Departements der Industriellen Betriebe beantwortet der Stadtrat die Interpellation wie folgt:

Vorbemerkung

Beim von der Interpellantin genannten Fahrzeug handelt es sich um das ewz-Energietram, einen umgestalteten Gelenkmotorwagen vom Typ Tram 2000, der seit 2001 auf dem VBZ-Netz verkehrt. Das ewz-Energietram gehört in die Reihe der VBZ-Sonder- oder Themen-trams. Seit 1984 wurden 30 solche Fahrzeuge gestaltet, verschiedentlich in Zusammenarbeit mit anderen städtischen oder kantonalen Dienststellen. Die Sondertrams sind Anlässen, Organisationen sowie kulturellen und gesellschaftlichen Themen gewidmet, welche für Zürich eine besondere Bedeutung haben (z. B. 700-Jahre-Eidgenossenschaft-Tram 1991/1992, Schauspielhaus-Tram 1993 bis 1995, Suchtpräventionstram 1999 bis 2001), oder sie informieren über wesentliche Neuerungen im öV-Angebot (Elfi-Tram 1998/1999 zur Verlängerung der Tramlinie 11 bis Messe/Hallenstadion). Eine kommerzielle Vermietung an Privatfirmen findet nicht statt. Um das blau-weiße Erscheinungsbild der VBZ-Flotte nicht zu konkurrenzieren, verkehren in der Regel nicht mehr als zwei Sondertrams gleichzeitig.

Zu Frage 1: Die Kosten für das Umgestalten einer Tramkomposition sind abhängig von der gewählten Technik (z. B. Bemalung, Aufbringen von Klebefolien) und dem Umfang (Gestaltung Aussenhülle, Gestaltung Innenraum, Anbringen von zusätzlichen Spezialeinrichtungen). Sie belaufen sich auf mindestens Fr. 200 000.--, Künstlerhonorare und Ähnliches noch nicht eingerechnet.

Zu Frage 2: Bei der Gestaltung eines Sondertrams werden sämtliche Kosten für die Umgestaltung und deren Folgekosten durch die Verkehrsbetriebe in Rechnung gestellt.

Zu Frage 3: Das ewz-Energietram war nicht in erster Linie wie von der Interpellantin dargestellt ein Werbeträger für das ewz-Produkt Premium Solar (Solarstrom), sondern thematisierte generell den Umgang mit Energie und die verschiedenen Quellen, aus denen Energie gewonnen werden kann. Auf der Aussenfläche waren die Sonne und ein Wassertropfen symbolisch für zwei mögliche, erneuerbare Energieträger dargestellt.

Der Aufwand für die Umgestaltung des Fahrzeuges und deren Folgekosten wurden dem Elektrizitätswerk in Rechnung gestellt (siehe Antwort zu Frage 2). Darin inbegriffen waren auch die Einnahmehausfälle, welche dadurch entstanden, dass die Werbeflächen am und im Fahrzeug während der Einsatzzeit als Thementram nicht an Dritte vermietet werden konnten. Eine erzielte Werbewirkung für Produkte des ewz ist somit abgegolten.

Zu den Fragen 4 und 5: Der Stadtrat will weiterhin auf kommerzielle Ganzflächenwerbung auf den Fahrzeugen des öffentlichen Verkehrs verzichten. Die blau-weissen Trams und Busse sind ein wichtiger Bestandteil im Erscheinungsbild der Stadt Zürich und Imageträger für den öffentlichen Verkehr. Der gepflegte, einheitliche Auftritt schafft für die Verkehrsbetriebe Zürich eine starke Markenpräsenz und stärkt ihre Wettbewerbsposition. Müsste dieselbe Werbewirkung für das eigene Produkt auf anderen Kanälen erzielt werden, würden bedeutende Kosten entstehen. Die Einnahmen aus einer kommerziellen Vermietung der Fahrzeugausserflächen könnten diese langfristig kaum wettmachen.

Der Stadtrat setzt deshalb auch in Zukunft auf die kommerzielle Vermarktung von beschränkten, klar definierten Werbeflächen in und an den Fahrzeugen. Dazu gehören Dachwerbung bei Bus und Tram, Heckwerbung beim Bus, Fensterwerbung sowie verschiedene Typen von Plakatflächen in den Fahrzeugen. Weiter gehende Sonderformen sind als Ausnahme bei Kooperationen mit Veranstaltern von Grossanlässen möglich, sofern diese die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr durch eine Integration des öV-Tickets in den Eintrittspreis speziell unterstützen (z. B. Titanic-Tram 1998/1999).

Zu Frage 6: Nein, es wurden keine Abklärungen bei potentiellen Kunden für die Vermietung von Ganzflächenwerbung auf Trams gemacht.

Zu Frage 7: Da sämtliche Einnahmen aus der Verkehrsmittelwerbung als Nebenertrag an den Zürcher Verkehrsverbund (ZVV) fliessen, ergäbe sich durch die Vermietung einer Tramkomposition pro Linie als Werbefläche kein direkter Ertrag für die Stadtkasse. Die Einnahmen würden lediglich das Netto-Leistungsentgelt senken, welches den VBZ vom ZVV ausgerichtet wird.

Für eine Abschätzung des zu erzielenden Betrages muss auf Erfahrungswerte aus anderen Schweizer Städten abgestellt werden. Die Firma APG-Traffic, eine schweizweit tätige, auf Verkehrsmittelwerbung spezialisierte Verkaufsorganisation innerhalb der Firma APG, bietet unter dem Label „Jumbo Design“ Ganzflächenwerbung auf Bussen bereits ab Fr. 20 000.-- pro Jahr an. Bei den Basler Verkehrsbetrieben BVB ist Ganzflächenwerbung auf Trams je nach Fahrzeugtyp ab Fr. 130 000.-- pro Jahr zu haben. Die Anzahl Fahrzeuge, welche gleichzeitig für Ganzflächenwerbung eingesetzt werden, ist dabei auf maximal fünf beschränkt.

In diesem Preisumfeld könnten die VBZ auch unter Berücksichtigung des etwas höheren Preisniveaus in Zürich kaum ein konkurrenzfähiges Angebot machen, bei dem neben der Deckung des Aufwandes für Umgestaltung und Folgekosten auch noch ein lukrativer Gewinn zu holen wäre.

Mitteilung an den Vorsteher des Departements der Industriellen Betriebe, die übrigen Mitglieder des Stadtrates, den Stadtschreiber, den Rechtskonsulenten, die Verkehrsbetriebe und den Gemeinderat.

Für getreuen Auszug

der Stadtschreiber