

Gemeinderat von Zürich

6. Dezember 2006

**Postulat**

von Walter Angst (AL)

Der Stadtrat wird gebeten, den Verzicht auf einen erheblichen Teil der im Budget für die Sanierung der Hardbrücke vorgesehenen Ausgaben für Kommunikation zu prüfen. Die Verzichtsplanning soll insbesondere all jene Ausgaben umfassen, die nicht im Zusammenhang mit der Information der Bevölkerung (AnwohnerInnen und NutzerInnen der Hardbrücke) über den Bauablauf und die mit dem Bau in Verbindung stehenden Beeinträchtigungen stehen.

**Begründung**

Von den rund 90 Millionen Franken, die die Sanierung der Hardbrücke kosten soll, entfallen 780'000 Franken auf Ausgaben für Kommunikation. Diese Ausgaben setzen sich laut Angaben des Tiefbauamts wie folgt zusammen:

- Beitrag Info-Center Zürich West:	150'000.-
- Information auf Autobahnen:	50'000.-
- Information an städtischen Achsen:	25'000.-
- Quartierveranstaltungen:	100'000.-
- diverse Führungen:	50'000.-
- Projektblatt:	20'000.-
- Internetauftritt:	5'000.-
- Medienkonferenzen/-informationen:	10'000.-
- Anwohnerrundschreiben	50'000.-
- professionelle Unterstützung Agentur:	200'000.-
- Krisenplanung Agentur:	10'000.-
- Massnahmen Pendler, Radio:	45'000.-
- Massnahmen VBZ, ZVV:	15'000.-
- Eröffnungsfest / Diverses	50'000.-

Es besteht Grund zur Annahme, dass ein Teil dieser Ausgaben getätigt werden, um die Akzeptanz für die Sanierung der Hardbrücke in der Bevölkerung zu erhöhen. Die Beiträge, die an die Zeitschrift Q4 getätigt werden, legen diese Annahme nahe.

Auch wenn die Ausgaben für Kommunikation „nur“ knapp 1 Prozent der Gesamtausgaben für die Sanierung der Hardbrücke umfassen, ist nicht einzusehen, warum Mittel der öffentlichen Hand für Zwecke ausgegeben werden sollen, die eher der Imagepflege als den Bau- und Sanierungsarbeiten dienen.

**Antrag auf Behandlung mit dem Voranschlag 2007. Kto 3515/3182**

